

Uchwała nr 7.24.03.2025  
Senatu Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie  
z dnia 24 marca 2025 roku

**w sprawie: przyporządkowania kierunku studiów Public relations i kultury cyfrowe I stopnia, profil ogólnoakademicki, do dyscyplin naukowych i zatwierdzenia efektów uczenia się**

Działając na podstawie art. 53 ust. 1 i 2 oraz art. 28 ust. 1 pkt. 13 Ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t. j. Dz. U. z 2024 poz. 1571) oraz § 23 pkt. 23 Statutu Uczelni Senat Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie postanowił, co następuje:

### § 1

Przyporządkowuje się kierunek studiów **Public relations i kultury cyfrowe** (studia I stopnia, profil ogólnoakademicki) do dyscyplin naukowych wskazanych w § 2 niniejszej uchwały oraz wskazuje jako dyscyplinę wiodącą – **nauki socjologiczne**.

### § 2

Kierunek, o którym mowa w § 1, przyporządkowany zostaje do niżej wymienionych dyscyplin:

- **nauki socjologiczne – 70%** - dyscyplina wiodąca
- filozofia – 15%
- nauki o komunikacji społecznej i mediach – 15%.

### § 3

Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku, o którym mowa w § 1, stanowi załącznik do niniejszej uchwały Senatu.

### § 4

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Rektor

prof. dr hab. Piotr Borek

1. Nazwa kierunku **Public relations i kultury cyfrowe** (studia I stopnia)
2. **Dziedziny i dyscypliny**, do których jest przyporządkowany kierunek:

	<b>Zgodnie z rozporządzeniem MEiN z dnia 11 października 2022 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz.U. z 2025 r., poz. 211)</b>	
<b>Dziedziny</b>	nauki społeczne; nauki humanistyczne	
<b>Dyscyplina wiodąca</b>	nauki socjologiczne	70%
<b>Pozostałe dyscypliny:</b>	filozofia	15%
	nauki o komunikacji społecznej i mediach	15%

### 3. Sylwetka absolwenta

Absolwent kierunku **Public relations i kultury cyfrowe** to wszechstronnie wykształcony specjalista, który łączy wiedzę teoretyczną z praktycznymi umiejętnościami w obszarze komunikacji, marketingu, mediów oraz kultury cyfrowej. Dzięki interdyscyplinarnemu podejściu, obejmującemu socjologię, komunikację, marketing i nowe technologie, absolwent potrafi poruszać się w dynamicznym środowisku współczesnych mediów i biznesu.

Absolwent tego kierunku:

- posiada wiedzę na temat mechanizmów komunikacji oraz narzędzi public relations, dostosowanych do specyfiki rynku i potrzeb różnych odbiorców;
- rozumie dynamikę kultury cyfrowej i jej wpływ na relacje społeczne, konsumpcję treści oraz strategię komunikacji;
- zna i rozumie procesy społeczne;
- dysponuje umiejętnościami praktycznymi w zakresie badań preferencji konsumenckich, opinii publicznej i analiz rynkowych, co umożliwi tworzenie skutecznych strategii PR;
- zna zaawansowane techniki zarządzania wizerunkiem i kreowania marki w środowiskach cyfrowych oraz offline.

### Kompetencje i umiejętności absolwenta

#### 1. Kompetencje komunikacyjne

Absolwent potrafi jasno i skutecznie przekazywać informacje, zarówno w formie ustnej, jak i pisemnej, dostosowując styl komunikacji do specyfiki medium, grupy docelowej oraz celu działań. Opanował umiejętność prowadzenia dialogu z różnorodnymi interesariuszami: klientami, mediami, partnerami biznesowymi czy społecznościami online.

#### 2. Znajomość mediów społecznościowych

Absolwent doskonale rozumie, jak funkcjonują media społecznościowe, i potrafi zarządzać obecnością marki w tych kanałach. Jest w stanie tworzyć atrakcyjne treści wizualne i tekstowe, prowadzić angażujące kampanie reklamowe oraz analizować ich skuteczność w oparciu o dane analityczne.

#### 3. Umiejętność przeprowadzania analiz i badań

Absolwent posiada wiedzę metodologiczną i narzędzia do realizacji badań rynkowych oraz analiz skuteczności działań PR. Potrafi interpretować wyniki, wyciągać wnioski i na ich podstawie dostosowywać strategie komunikacyjne do zmieniających się potrzeb i oczekiwań odbiorców.

#### 4. Kreatywność i innowacyjność

Twórcze podejście do rozwiązywania problemów jest jedną z kluczowych cech absolwenta. Potrafi on generować oryginalne pomysły, tworzyć kreatywne kampanie oraz wychodzić poza schematy w myśleniu o komunikacji.

#### 5. Znajomość kultury cyfrowej

Absolwent rozumie, jak rozwój technologii i cyfrowe media zmieniają sposób komunikacji, interakcji międzyludzkich i konsumpcji treści. Posiada wiedzę na temat aktualnych trendów, w tym wpływu algorytmów, big data czy sztucznej inteligencji na komunikację i kulturę.

#### **6. Umiejętność pracy zespołowej**

Współpraca w interdyscyplinarnych zespołach jest naturalnym elementem pracy absolwenta. Potrafi skutecznie koordynować działania, dzielić się zadaniami i osiągać wspólne cele, co jest niezbędne w realizacji kompleksowych projektów PR-owych.

#### **7. Etyka i odpowiedzialność społeczna**

Absolwent jest świadomy etycznych wymiarów komunikacji i działań PR. Posiada wiedzę i umiejętności pozwalające na działania zgodne z prawem oraz normami współżycia społecznego. Potrafi wdrażać strategie, które są zgodne z wartościami etycznymi i budują zaufanie społeczne.

#### **8. Zarządzanie kryzysowe**

Jedną z kluczowych kompetencji jest zdolność planowania i wdrażania skutecznych strategii komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych. Absolwent potrafi zapobiegać sytuacjom zagrażającym reputacji organizacji, a w razie potrzeby skutecznie nimi zarządzać, minimalizując ich negatywne skutki.

#### **9. Zarządzanie projektami i strategią**

Absolwent potrafi planować i wdrażać kompleksowe kampanie komunikacyjne, zarządzać projektami w środowiskach wielokanałowych oraz mierzyć efektywność podejmowanych działań.

#### **Możliwości rozwoju zainteresowań w trakcie studiów:**

- zajęcia ze specjalistami posiadającymi doświadczenie zawodowe w obszarze kreowania wizerunku, kształtowani kompetencji miękkich, coachingu;
- zajęcia z praktykami, m.in. z obszaru mediów, dziennikarstwa;
- spotkania ze znanymi i ciekawymi ludźmi polityki, mediów i kultury;
- atrakcyjne praktyki i staże zawodowe;
- działalność w organizacjach studenckich, w tym w Samorządzie Studenckim, czy kołach naukowych;
- szkolenia i kursy organizowane przez Biuro Karier i Współpracy z Absolwentami UKEN;
- programy wymiany studenckiej (Erasmus+, MOST).

#### **4. Cel studiów**

Absolwent tego kierunku jest przygotowany zarówno do samodzielnej pracy jako konsultant ds. PR, jak i do objęcia stanowisk menedżerskich, gdzie może nadzorować złożone strategie komunikacyjne. Jego szeroka wiedza i praktyczne umiejętności czynią go cennym specjalistą w dynamicznie zmieniającym się środowisku komunikacyjnym i cyfrowym.

Dzięki wszechstronnemu przygotowaniu absolwent kierunku Public relations i kultury cyfrowe może znaleźć zatrudnienie w:

1. agencjach PR i marketingowych;
2. działach komunikacji i marketingu w korporacjach;
3. mediach tradycyjnych i cyfrowych;
4. start-upach oraz firmach technologicznych, które wykorzystują kulturę cyfrową jako narzędzie
5. instytucjach administracji rządowej i samorządowej
6. organizacjach pozarządowych (stowarzyszeniach i fundacjach)
7. instytucjach międzynarodowych
8. instytucjach kultury
9. firmach marketingowych
10. własnej działalności gospodarczej w obszarze mediów cyfrowych.

**5. Kierunkowe efekty uczenia się i ich odniesienie do efektów kształcenia dla obszaru/ów nauki:**

Efekty uczenia się

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do efektów kształcenia zgodnych z Polską Ramą Kwalifikacji	
		Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia	Symbol charakterystyk II stopnia
<b>Wiedza</b>			
K_W01	Zna i rozumie znaczenie Public Relations oraz kultur cyfrowych, ze szczególnym uwzględnieniem antropologii cyfrowej, w systemie nauk społecznych, ich relacji wobec innych obszarów nauk, specyfikę metodologiczną oraz podstawową terminologię badawczą.	P6U_W	P6S_WG
K_W02	Zna i rozumie społeczny, polityczny, gospodarczy i kulturowy kontekst przekazywanych informacji.		P6S_WG
K_W03	Rozumie teoretyczne podstawy public relations, zarządzania, komunikacji społecznej i technik zarządzania reputacją.		P6S_WG
K_W04	Zna i potrafi implementować metody i narzędzia badań preferencji konsumenckich.		P6S_WG
K_W05	Zna w zaawansowanym stopniu najważniejsze szkoły i kierunki związane z kulturami cyfrowymi w obszarze mediów społecznościowych, e-wydań i nowych technologii		P6S_WG
K_W06	Posiada umiejętność analizy i interpretacji trendów w PR oraz wpływu technologii na komunikację.		P6S_WG
K_W07	Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej, prawa autorskiego i praw pokrewnych, praw człowieka, doktryn polityczno-prawnych związanych z funkcjonowaniem człowieka w świecie cyfrowym		P6S_WK
K_W08	Potrafi konstruować narzędzia badawcze, pozyskiwać dane (ilościowe i jakościowe), tworzyć oraz sporządzać raporty z badań.		P6S_WG
K_W09	Zna możliwości pozyskiwania środków finansowych w zakresie realizacji projektów PR w kulturze sieci.		P6S_WK
K_W10	Posiada umiejętność negocjacji, mediacji oraz rozwiązywania sporów.		P6S_WG

K_W11	Posiada umiejętność tworzenia kampanii i przemówień publicznych.		P6S_WG
Umiejętności			
K_U01	Potrafi tworzyć różnorodne materiały komunikacyjne, takie jak komunikaty prasowe, artykuły, wpisy blogowe oraz treści publikowane w mediach społecznościowych.	P6U_U	P6S_UW
K_U02	Ma zdolność do projektowania i wdrażania efektywnych kampanii PR, uwzględniających potrzeby różnych grup docelowych.		P6S_UW
K_U03	Potrafi formułować pytania i hipotezy w zakresie rozwijania strategii komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych oraz zarządzania negatywnym wizerunkiem.		P6S_UW
K_U04	Posiada umiejętność artykułowania i uzasadniania własnych poglądów przy użyciu specjalistycznej terminologii z zakresu nauk społecznych i humanistycznych.		P6S_UK
K_U05	Posiada zdolność do prowadzenia badań rynkowych i analizowania danych w celu oceny efektywności działań PR oraz dostosowywania strategii komunikacyjnych w cyfrowy świecie.		P6S_UK
K_U06	Ma umiejętności językowe w zakresie nauk społecznych i humanistycznych zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego; potrafi też czytać ze zrozumieniem proste teksty naukowe w wybranym języku obcym.		P6S_UK
K_U07	Potrafi organizować pracę zespołową dla celów realizacji konkretnych zadań z zakresu analizy bądź prognozowania zjawisk i procesów społecznych.		P6S_UO
K_U08	Charakteryzuje się umiejętnością efektywnej komunikacji w różnych formatach oraz dostosowuje styl komunikacji do różnych odbiorców.		P6S_UO
K_U09	Jest gotów uczestniczyć w przygotowaniu projektów (strategii) PR.		P6S_UO
K_U10	Posiada zdolność krytycznego myślenia.		P6S_UO
Kompetencje społeczne			
K_K01	Posiada zdolność do efektywnego działania w grupie oraz współpracy z innymi specjalistami w dziedzinie PR i marketingu. Charakteryzuje się gotowością do dyskusji i traktuje ją jako podstawowe narzędzie poszukiwań intelektualnych.	P6U_K	P6S_KK
K_K02	Rozumie zasadność prowadzenia negocjacji, mediacji i dialogu z różnymi interesariuszami, w tym z mediami, klientami i partnerami.		P6S_KO

## Załącznik nr 1 do Uchwały Senatu nr 7.24.03.2025

K_K03	Posiada kompetencje do pracy zespołowej nad przygotowaniem projektów, grantów, i opracowywania strategii działania firmy.		P6S_KO
K_K04	Rozumienie zagadnienia etyczne związane z PR i kulturami cyfrowymi, zwłaszcza kwestii prywatności, manipulacji informacją i w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.		P6S_KR