

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH**  
**ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM**  
**2026/2027**

*data przyjęcia przez Radę Instytutu*

*pieczęć i podpis dyrektora*

.....

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Studia wyższe na kierunku          | Public relations i kultury cyfrowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| Dziedzina/y                        | Nauki SPOŁECZNE i Nauki HUMANISTYCZNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Dyscyplina wiodąca (% udział)      | Nauki socjologiczne 70%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Pozostałe dyscypliny (% udział)    | Filozofia 15%; Nauki o komunikacji społecznej i mediach 15%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Kod ISCED                          | <b>0388</b> - Interdyscyplinarne programy i kwalifikacje związane z naukami społecznymi, dziennikarstwem i informacją                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| Poziom                             | Pierwszy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Profil                             | Ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| Forma prowadzenia                  | Stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Specjalności                       | -                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| Punkty ECTS                        | 180                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Czas realizacji (liczba semestrów) | 6 semestrów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Uzyskiwany tytuł zawodowy          | Licencjat                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Warunki przyjęcia na studia        | <p>Warunkiem przyjęcia na studia jest posiadanie świadectwa dojrzałości oraz pozytywny wynik postępowania kwalifikacyjnego.</p> <p><b>Kryteria kwalifikacyjne:</b></p> <p>„Nowa matura” - wynik egzaminu maturalnego z języka polskiego (poziom podstawowy lub rozszerzony – część pisemna) lub języka obcego nowożytnego (poziom podstawowy lub rozszerzony – część pisemna).</p> <p>Wynik z poziomu rozszerzonego przemnożony zostanie przez współczynnik 1,5.</p> <p>“Stara matura” - konkurs świadectw: średnia ocena z egzaminu dojrzałości z języka polskiego lub języka obcego (część pisemna).</p> |

## **Efekty uczenia się**

### **OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Opis zakładanych efektów uczenia się uwzględnia:

1. Uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia określone w załączniku do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji
2. Charakterystyki drugiego stopnia określone w załączniku do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji w tym efektów uczenia się umożliwiających uzyskanie kompetencji inżynierskich.

Opis zakładanych efektów jest ujęty w trzech kategoriach:

**WIEDZY (W):**

WG – zakres i głębia - kompletność perspektywy poznawczej i zależności

WK – kontekst - uwarunkowania i skutki

**UMIEJĘTNOŚCI (U)**

UW – wykorzystanie wiedzy - rozwiązywane problemy i wykonywane zadania

UK – komunikowanie się - odbieranie i tworzenie wypowiedzi, upowszechnianie wiedzy w środowisku naukowym i posługiwanie się językiem obcym

UO – organizacja pracy - planowanie i praca zespołowa

UU – uczenie się - planowanie własnego rozwoju i rozwoju innych osób

**KOMPETENCJI (K).**

KK – oceny - krytyczne podejście

KO – odpowiedzialność - wypełnianie zobowiązań społecznych i działanie na rzecz interesu publicznego

KR – rola zawodowa - niezależność i rozwój etosu

| Symbol efektu kierunkowego              | Kierunkowe efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                             | Odniesienie do efektów uczenia się PRK<br>Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia <sup>1</sup> i II stopnia <sup>2</sup> | Formy sprawdzania efektów uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>WIEDZA (absolwent zna i rozumie)</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<br>P6S_WG                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> </ul>                      |
| K_W02                                   | Zna i rozumie społeczny, polityczny, gospodarczy i kulturowy kontekst przekazywanych informacji.                                                                                                                                                          | P6U_W<br>P6S_WG                                                                                                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul> |

<sup>1</sup> Zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2016 r. poz.64 z późn. zm.).

<sup>2</sup> Zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r. poz. 2218).

|                                                |                                                                                                                                                                                                                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| K_W03                                          | Rozumie teoretyczne podstawy public relations, zarządzania, komunikacji społecznej i technik zarządzania reputacją.                                                                                                 | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul>                                                         |
| K_W04                                          | Zna i potrafi implementować metody i narzędzia badań preferencji konsumenckich.                                                                                                                                     | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- egzamin pisemny</li> </ul>                                                                                                                                                       |
| K_W05                                          | Zna w zaawansowanym stopniu najważniejsze szkoły i kierunki związane z kulturami cyfrowymi w obszarze mediów społecznościowych, e-wydań i nowych technologii                                                        | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> </ul>                                                                                                                                                                                    |
| K_W06                                          | Posiada umiejętność analizy i interpretacji trendów w PR oraz wpływu technologii na komunikację.                                                                                                                    | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin ustny</li> </ul>                                                                                                                                                                                      |
| 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 | P6U_W<br>P6S_WK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |
| K_W08                                          | Potrafi konstruować narzędzia badawcze, pozyskiwać dane (ilościowe i jakościowe), tworzyć oraz sporządzać raporty z badań.                                                                                          | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> </ul>                                                                                                                                                                                                               |
| K_W09                                          | Zna możliwości pozyskiwania środków finansowych w zakresie realizacji projektów PR w kulturze sieci.                                                                                                                | P6U_W<br>P6S_WK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- projekt grupowy</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| K_W10                                          | Posiada umiejętność negocjacji, mediacji oraz rozwiązywania sporów.                                                                                                                                                 | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- projekt grupowy</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| K_W11                                          | Posiada umiejętność tworzenia kampanii i przemówień publicznych.                                                                                                                                                    | P6U_W<br>P6S_WG | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> </ul>                                                                                                                                                                                    |
| <b>UMIEJĘTNOŚCI (absolwent umie i potrafi)</b> |                                                                                                                                                                                                                     |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| K_U01                                          | Potrafi tworzyć różnorodne materiały komunikacyjne, takie jak komunikaty prasowe, artykuły, wpisy blogowe oraz treści publikowane w mediach społecznościowych.                                                      | P6U_U<br>P6S_UW | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- praca laboratoryjna</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul> |

|       |                                                                                                                                                                                                                                                              |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| K_U02 | Ma zdolność do projektowania i wdrażania efektywnych kampanii PR, uwzględniających potrzeby różnych grup docelowych.                                                                                                                                         | P6U_U<br>P6S_UW | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- praca laboratoryjna</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul> |
| K_U03 | Potrafi formułować pytania i hipotezy w zakresie rozwijania strategii komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych oraz zarządzania negatywnym wizerunkiem.                                                                                                      | P6U_U<br>P6S_UW | <ul style="list-style-type: none"> <li>- e-learning</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- praca laboratoryjna</li> </ul>                      |
| K_U04 | Posiada umiejętność artykułowania i uzasadniania własnych poglądów przy użyciu specjalistycznej terminologii z zakresu nauk społecznych i humanistycznych.                                                                                                   | P6U_U<br>P6S_UK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- praca laboratoryjna</li> </ul>                                                                                        |
| K_U05 | Posiada zdolność do prowadzenia badań rynkowych i analizowania danych w celu oceny efektywności działań PR oraz dostosowywania strategii komunikacyjnych w cyfrowy świecie.                                                                                  | P6U_U<br>P6S_UK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekt grupowy</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- udział w dyskusji</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                               |
| 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. | P6U_U<br>P6S_UK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekt grupowy</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin ustny</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                 |
| K_U07 | Potrafi organizować pracę zespołową dla celów realizacji konkretnych zadań z zakresu analizy bądź prognozowania zjawisk i procesów społecznych.                                                                                                              | P6U_U<br>P6S_UO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- projekt grupowy</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| K_U08 | Charakteryzuje się umiejętnością efektywnej komunikacji w różnych formatach oraz dostosowuje styl komunikacji do różnych odbiorców.                                                                                                                          | P6U_U<br>P6S_UO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> </ul>                                                                                                                                                                               |
| K_U09 | Jest gotów uczestniczyć w przygotowaniu projektów (strategii) PR.                                                                                                                                                                                            | P6U_U<br>P6S_UO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- projekt grupowy</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| K_U10 | Posiada zdolność krytycznego myślenia.                                                                                                                                                                                                                       | P6U_U<br>P6S_UO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                          |

| <b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE (absolwent jest gotów do)</b> |                                                                                                                                                                                                                                       |                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 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<br>P6S_KK | <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- referat</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- Inne</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- praca laboratoryjna</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul> |
| K_K02                                                  | Rozumie zasadność prowadzenia negocjacji, mediacji i dialogu z różnymi interesariuszami, w tym z mediami, klientami i partnerami.                                                                                                     | P6U_K<br>P6S_KO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- referat</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- egzamin ustny</li> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- kolokwium końcowe</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> <li>- praca laboratoryjna</li> </ul>                                      |
| K_K03                                                  | Posiada kompetencje do pracy zespołowej nad przygotowywaniem projektów, grantów, i opracowywania strategii działania firmy.                                                                                                           | P6U_K<br>P6S_KO | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- projekt grupowy</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- egzamin pisemny</li> <li>- ćwiczenia</li> </ul>                                                                                                                                                         |
| K_K04                                                  | Rozumie zagadnienia etyczne związane z PR i kulturami cyfrowymi, zwłaszcza kwestii prywatności, manipulacji informacją i w ramach społecznej odpowiedzialności biznesu.                                                               | P6U_K<br>P6S_KR | <ul style="list-style-type: none"> <li>- gry dydaktyczne</li> <li>- projekt indywidualny</li> <li>- udział w dyskusji</li> <li>- praca pisemna (esej)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                    |

| Grupa przedmiotów/<br>przedmiot                                                                                                                                                    | Treści programowe                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Efekty uczenia się<br>dla grupy/przedmiotu                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Przedmioty wprowadzające</b><br>(Wyobrażenia socjologiczna, Idee współczesności, Wstęp do PR, Wstęp do kultury cyfrowej, Wstęp do komunikacji społecznej, Podstawy zarządzania) | <p>Program kursów wprowadzających został pomyślany jako wieloaspektowe wprowadzenie do kwestii obejmujących postawy wiedzy i umiejętności koniecznych dla studiów na kierunku PR i kultury cyfrowe. Dają one nie tylko ogląd sytuacji w poszczególnych dziedzinach, ale także osadzają studenta w świecie rozumienia pojęć i zjawisk, z jakimi będzie się mierzyć podczas studiów.</p> <p>Założenia poszczególnych kursów tego bloku kursów ukierunkowują studentów na uzyskanie podstaw koniecznych dla studiów na kierunku. Obejmują one zarówno kwestie czysto teoretyczne jak i wstępne kształtowanie umiejętności dyskusji i pracy w grupie, tak istotnej dla funkcjonowania w świecie, ale przede wszystkim dla potencjalnej kariery zawodowej powiązanej z przedmiotem niniejszych studiów. Kolejne kursy pozwalają na uzyskanie kompetencji i wiedzy rozwijanych i utrwalanych następnie w całym programie</p> | K_U01<br>K_U02<br>K_U03<br>K_U04<br>K_U05<br>K_U06<br>K_U07<br>K_U08<br>K_U09<br>K_U10<br>K_W04<br>K_W05<br>K_W06<br>K_W07<br>K_W08<br>K_W09<br>K_W10<br>K_W11<br>K_K01 |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                  |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
|  | <p>studiów. Wyznaczają również jasne kierunki tej edukacji, pozwalając studentom na precyzyjny wybór ścieżki kariery. Wszelkie treści przekazywane na tym etapie stanowią spójne wprowadzenie do zagadnień stanowiących o istocie nauczania na kierunku.</p> <p>W ramach Wstępu do PR studenci poznają kluczowe pojęcia, teorie i modele PR, tym samym uzyskując podstawową wiedzę o instrumentach PR, o zasadach prowadzenia działalności w zakresie media-relations, konstruowaniu narzędzi PR, podstawach działania tegoż w sytuacjach kryzysowych; uzyskują również podstawowe umiejętności pracy w grupie oraz zrozumienie etycznych i społecznych konsekwencji działań PR.</p> <p>Studenci uzyskują także wiedzę ukierunkowaną na kluczowe problemy związane ze społecznym kontekstem funkcjonowania człowieka. Opanowują podstawowe terminy i pojęcia socjologiczne oraz nabywają wiedzę z zakresu najważniejszych teorii socjologicznych. Zbudowanie wyobraźni socjologicznej uczy także stosowania kategorii socjologicznych i analizowania ich w oparciu o dane jakościowe, ilościowe oraz prawidłowości (zmian) zachodzących we współczesnym społeczeństwie polskim.</p> <p>W ramach rozumienia idei współczesności studenci zapoznają się z najistotniejszymi ideami współczesności, pozwalającymi im odnaleźć się w horyzoncie intelektualnym, zrozumieć zagadnienia z zakresu historii i współczesności idei oraz dylematy etyczne przed jakimi staje dzisiejszy człowiek. Analizując zagadnienia z zakresu historii i współczesności idei studenci uczą się nie tylko odnajdywać swoje miejsce na globalnym ich rynku – rozumiejąc pojęcia takie jak demokracja, autorytaryzm, konserwatyzm, liberalizm, socjaldemokracja, rządy prawa, prawa człowieka, globalizacja czy kryzys klimatyczny – ale także dyskutować na ich temat, posługując się logiką merytorycznej wymiany argumentów.</p> <p>Studenci zapoznają się również ze społecznymi aspektami komunikowania, z jego rodzajami, uwarunkowaniami i problemami; poznają rodzaje języków, symbole i znaki, kwestie etniczności, rodzaje mediów, sposoby kodowania i dekodowania informacji, narracjami w komunikacji. W ramach kursu studenci nabywają teoretycznych (wprowadzenie pojęć) i praktycznych umiejętności (skutecznej komunikacji) w obszarze komunikacji, szczególnie komunikacji interpersonalnej, marketingowej, międzykulturowej, medialnej oraz komunikowania politycznego i publicznego. Poznają modele komunikowania w</p> | <p>K_K02<br/>K_K03<br/>K_K04</p> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>perspektywie społecznej, z uwzględnieniem współczesnych kwestii komunikacji w środowisku on-line oraz współpracy w organizacjach.</p> <p>W ramach Wstępu do kultur cyfrowych studenci poznają kluczowe zjawiska i teorie związane z funkcjonowaniem kultury we współczesnym świecie cyfrowym. Wychodząc od definiowania „kultury cyfrowej” jako specyficznej formy działalności społeczeństwa współczesnego, studenci poznają również sposoby, w jakie technologie cyfrowe kształtują codzienne praktyki społeczne, komunikację, tożsamość, estetykę i relacje władzy. Wśród zagadnień stanowiących istotę kursu są zagadnienia takie, jak: społeczności internetowe, memetyka, tożsamość online, kultura uczestnictwa, sztuczna inteligencja, algorytmy kultury czy wykluczenie cyfrowe.</p> <p>Studenci zapoznają się także z podstawami zarządzania, a wśród najważniejszych treści tematycznych poznają kwestie takie, jak style zarządzania, budowanie zespołu, funkcje kierownika, lidera czy menadżera we współczesnych przedsiębiorstwach. Uzyskują również wiedzę i umiejętności zorientowane na zrozumienie zależności między efektywnością zarządzania personelem a efektywnością funkcjonowania świata cyfrowego (wirtualnego). Istotnym elementem zajęć jest wskazanie na uwarunkowania środowiskowe jakości doboru personalnego oraz kształtowania kapitału społecznego w wymiarze biznesowym i cyfrowym.</p> |                                                                                                                                                                                                                                                     |
| <p><b>Komponent praktyczny</b><br/>         (Ścieżki kariery w PR, Przygotowanie i redagowanie materiałów PR, Personal Branding, Negocjacje, Fundraising &amp; Crowdfunding, Wizerunek marki i organizacji, Public Speaking, Warsztaty praktyczne 1, Warsztaty praktyczne 2, Warsztaty praktyczne 3, Strategie public relations (warsztat), Analiza i wizualizacja danych w Excelu, Zarządzanie zespołem, Media relations, PR w kampaniach wyborczych, Kompetencje medialne, Design thinking w praktyce, Zasady tworzenia kampanii społecznych, Marketing miast i regionów, Psychografia, Team Building, Warsztaty medialne, Warsztaty rozwoju kompetencji miękkich, Warsztaty krytycznego myślenia, Zarządzanie</p> | <p>Program kursów obejmujący szeroko pojęty komponent praktyczny został ukierunkowany na przygotowanie studentów do funkcjonowania w dynamicznie zmieniającym się środowisku komunikacji społecznej, mediów cyfrowych, marketingu oraz public relations.</p> <p>Całość komponentu praktycznego ma charakter warsztatowy i projektowy, co pozwala studentom na zdobywanie doświadczeń zbliżonych do realnych warunków funkcjonowania w branży PR. Program obejmuje szeroki zakres zagadnień związanych zarówno z praktycznym wymiarem działalności PR, jak i z rozwijaniem kompetencji interpersonalnych, organizacyjnych oraz kreatywnych, niezbędnych we współczesnym sektorze medialnym i komunikacyjnym. Szczególny nacisk położono na zdobywanie umiejętności projektowania i realizowania działań komunikacyjnych dostosowanych do specyfiki współczesnych mediów oraz oczekiwań odbiorców funkcjonujących w kulturze cyfrowej.</p> <p>Treści programowe obejmują zagadnienia związane z przygotowywaniem i redagowaniem materiałów PR, tworzeniem informacji prasowych, projektowaniem strategii komunikacyjnych oraz budowaniem relacji z</p>                                                                                                                                                                                                                                                                           | <p>K_W04<br/> K_W05<br/> K_W06<br/> K_W07<br/> K_W08<br/> K_W09<br/> K_W10<br/> K_W11<br/> K_U01<br/> K_U02<br/> K_U03<br/> K_U04<br/> K_U05<br/> K_U06<br/> K_U07<br/> K_U08<br/> K_U09<br/> K_U10<br/> K_K01<br/> K_K02<br/> K_K03<br/> K_K04</p> |

|                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| <p>projektami, Monitoring i audyt mediów, Kreatywność i storytelling, Komunikacja kryzysowa, Warsztaty asertywności, Marketing internetowy, Szkolenie biblioteczne, Szkolenie BHK)</p> | <p>mediami. Studenci zapoznają się z zasadami funkcjonowania współczesnych mediów tradycyjnych i cyfrowych, uczą się konstruowania profesjonalnych komunikatów medialnych, planowania kampanii wizerunkowych oraz prowadzenia działań z zakresu media relations. Ważnym elementem kształcenia są także kwestie związane z komunikacją kryzysową, zarządzaniem reputacją organizacji oraz reagowaniem na sytuacje problemowe pojawiające się w przestrzeni medialnej i internetowej.</p> <p>Istotną część programu stanowią zagadnienia związane z marketingiem internetowym, obecnością marek i instytucji w mediach społecznościowych oraz wykorzystywaniem nowoczesnych narzędzi cyfrowych w komunikacji promocyjnej. W ramach zajęć studenci poznają mechanizmy funkcjonowania komunikacji online, uczą się planowania kampanii internetowych, tworzenia treści dostosowanych do różnych kanałów komunikacji oraz analizowania zachowań użytkowników mediów cyfrowych. Program uwzględnia również problematykę monitoringu mediów i analizy danych, w tym wykorzystania narzędzi do wizualizacji danych oraz interpretowania wyników analiz medialnych i marketingowych.</p> <p>Duże znaczenie przypisano również rozwijaniu kompetencji związanych z kreowaniem wizerunku osób, marek i organizacji. Treści programowe obejmują zagadnienia personal branding, budowania tożsamości marki, strategii reputacyjnych oraz komunikacji perswazyjnej. Studenci analizują mechanizmy oddziaływania wizerunkowego, poznają zasady tworzenia spójnej komunikacji marki oraz uczą się wykorzystywania storytellingu i kreatywnych form narracji w działaniach promocyjnych i społecznych.</p> <p>Program kształcenia uwzględnia także problematykę komunikacji interpersonalnej i organizacyjnej. W ramach zajęć dotyczących negocjacji, zarządzania zespołem, team buildingu czy warsztatów kompetencji miękkich studenci rozwijają umiejętności współpracy, prowadzenia rozmów negocjacyjnych, rozwiązywania konfliktów oraz funkcjonowania w zespołach projektowych. Ważnym elementem są również warsztaty public speaking i wystąpień medialnych, podczas których uczestnicy doskonalą kompetencje związane z autoprezentacją, retoryką oraz komunikacją werbalną i niewerbalną.</p> <p>Treści programowe obejmują ponadto zagadnienia związane z projektowaniem kampanii społecznych i wyborczych, fundraisingiem oraz crowdfundingiem. Studenci poznają mechanizmy planowania działań społecznych i politycznych, analizują potrzeby grup</p> |  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|



|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | docelowych oraz uczą się wykorzystywania narzędzi komunikacyjnych do realizacji projektów społecznych, obywatelskich i promocyjnych. Program wzbogaca także o elementy Design Thinking, kreatywnego rozwiązywania problemów oraz warsztaty rozwijające krytyczne myślenie i innowacyjne podejście do projektowania działań komunikacyjnych.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Komponent społeczno-kulturowy</b> (Uzależnienia cyfrowe, Historia i rozwój mediów, Różnorodność pokoleniowa, Społeczeństwo cyfrowe, Cyberbezpieczeństwo, Dezinformacja, Fantastyka naukowa jako refleksja nad społeczeństwem, Kultura popularna, Social media, Sprawiedliwość klimatyczna, Stereotypy i uprzedzenia, Psychologia reklamy, Tożsamości w społeczeństwie sieciowym, Ruchy społeczne i mobilizacja społeczna, Socjotechnika, Wykluczenie społeczne w kulturze cyfrowej, Wykład monograficzny, Nauka i nowe formy duchowości w dobie cyfrowej, Edukacja medialna, Nowe zjawiska i trendy społeczne, Psychologia w biznesie, Globalizacja i globalizacja, Socjologia kultury, Imaginarium i reprezentacje społeczne, Inwigilacja cyfrowa, Wirtualny aktywizm, ESG z elementami CSR) | <p>Program kursów społeczno-kulturowych zapewnia studentom kompleksowe przygotowanie do rozumienia złożonych procesów społecznych w erze cyfryzacji oraz umiejętność krytycznej analizy współczesnych zjawisk kulturowych i komunikacyjnych.</p> <p>Fundament programu stanowi socjologia społeczeństwa cyfrowego, obejmująca przemiany od społeczeństwa tradycyjnego przez rewolucje przemysłowe po społeczeństwo sieciowe, z uwzględnieniem roli technologii, mediów społecznościowych oraz problemów takich jak wykluczenie cyfrowe, dezinformacja, hejt i inwigilacja cyfrowa. Studenci poznają historię i rozwój mediów – od komunikacji przedpiśmiennej przez rewolucję druku po erę cyfrową, analizując transformacje władzy i społeczeństwa medialnego.</p> <p>Istotnym obszarem jest edukacja medialna i kształtowanie kompetencji cyfrowych – od teorii komunikowania (gatekeeping, agenda-setting, spirala milczenia) przez manipulację treścią i fact-checking, po cyberbezpieczeństwo, zarządzanie prywatnością i higienę cyfrową. Program obejmuje również psychologię reklamy i biznesu, socjotechnikę oraz mechanizmy perswazji i wpływu społecznego.</p> <p>Komponent kulturowy reprezentują kursy z socjologii kultury (pamięć kulturowa, kultura symboliczna, przemiany w epoce cyfrowej), kultury popularnej, fantastyki naukowej jako refleksji społecznej oraz imaginariów i reprezentacji społecznych – analizujących tworzenie obrazów mentalnych i wyobraźniowych instytucji społecznych.</p> <p>Program uwzględnia tożsamości w społeczeństwie sieciowym (autopromocja, influencerzy, płeć w cyberprzestrzeni), różnorodność pokoleniową (od baby boomers po generację Alpha, cyfrowi tubylcy vs imigranci), oraz stereotypy i uprzedzenia wykorzystywane w życiu politycznym i reklamie.</p> <p>Wymiar aktywizmu obejmuje wirtualny aktywizm (slacktywizm, hacktywizm, kampanie hashtagowe), ruchy społeczne i mobilizację społeczną, demokrację cyfrową oraz ESG z elementami CSR. Uzupełnieniem są kursy: sprawiedliwość klimatyczna, globalizacja i globalizacja, uzależnienia cyfrowe, nauka i nowe formy duchowości w</p> | <p>K_W01<br/>K_W02<br/>K_W03<br/>K_W04<br/>K_W05<br/>K_W06<br/>K_W07<br/>K_W08<br/>K_W11<br/>K_U01<br/>K_U02<br/>K_U03<br/>K_U04<br/>K_U04<br/>K_U05<br/>K_U06<br/>K_U07<br/>K_U08<br/>K_U09<br/>K_U10<br/>K_K01<br/>K_K02<br/>K_K03<br/>K_K04</p> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | dobie cyfrowej oraz wykład monograficzny poświęcony nowym zjawiskom i trendom społecznym.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                        |
| <b>Komponent prawno-polityczny</b> (Podstawy prawa, Współczesny Leadership, Demokracja i populizmy, Prawa człowieka w teorii i praktyce, Mediacje, Współczesne teorie demokracji, Przywództwo przyszłości, Metody i techniki rozwiązywania konfliktów, Zarządzanie w sferze publicznej, Socjologia sfery publicznej, Event management w praktyce, Kurs ochrony własności intelektualnej) | <p>Program kursów prawno-politycznych zapewnia studentom kompleksową wiedzę z zakresu podstaw prawnych, teorii demokracji oraz umiejętności praktycznych w zarządzaniu konfliktami i organizacji wydarzeń.</p> <p>Blok prawny obejmuje wprowadzenie do systemu prawnego, ze szczególnym uwzględnieniem prawa cywilnego (część ogólna, prawo rzeczowe, zobowiązania, spadki), prawa rodzinnego, gospodarczego, pracy, karnego i administracyjnego. Istotnym elementem jest prawo autorskie oraz ochrona własności intelektualnej, kluczowe dla pracy w sektorze kreatywnym i komunikacji.</p> <p>Fundamentem bloku socjopolitycznego są współczesne teorie demokracji i analiza jej przemian – od demokracji liberalnej przez typy nieliberalne, aż po procesy autokratyzacji. Studenci poznają socjologię sfery publicznej (modele Habermasa, kryzys debaty publicznej, rola mediów społecznościowych), mechanizmy opinii publicznej (spiralą milczenia, efekty sondażowe), oraz zagadnienia podmiotowości społecznej, obywatelskości i kapitału społecznego. Osobny kurs poświęcony jest populizmom – ich genezie, odmianom ideologicznym, związkom z nacjonalizmem oraz językowi politycznemu.</p> <p>Wymiar praktyczny reprezentują kursy z zakresu mediacji i metod rozwiązywania konfliktów (techniki mediacyjne i negocjacyjne, etyka mediatora, mediacje w różnych sferach życia) oraz leadership – zarówno w odniesieniu do współczesnego przywództwa, jak i przywództwa przyszłości.</p> <p>Program uwzględnia również event management – od podstaw teoretycznych, przez planowanie i marketing wydarzeń, sponsoring, zarządzanie ryzykiem, aż po eventy cyfrowe i prognozy rozwoju branży.</p> <p>Uzupełnieniem są kursy: zarządzanie w sferze publicznej oraz prawa człowieka w teorii i praktyce, łączące perspektywę teoretyczną z praktycznymi zastosowaniami w pracy komunikacyjnej i organizacyjnej.</p> | <p>K_W01<br/>K_W02<br/>K_W03<br/>K_W06<br/>K_W07<br/>K_W10<br/>K_W11<br/>K_U01<br/>K_U02<br/>K_U03<br/>K_U04<br/>K_U07<br/>K_U08<br/>K_U10<br/>K_K01<br/>K_K02<br/>K_K03<br/>K_K04</p> |
| <b>Komponent metodologiczny</b> (Wprowadzenie do metod i technik badań społecznych, Tworzenie narzędzi badawczych, Projekt badawczy, Monitorowanie                                                                                                                                                                                                                                       | <p>Program kursów metodologicznych obejmuje kompleksowe przygotowanie studentów do samodzielnego prowadzenia badań społecznych oraz ewaluacji działań komunikacyjnych.</p> <p>Fundamentem programu jest podstawowa metodologia</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>K_W01<br/>K_W02<br/>K_W04<br/>K_W06<br/>K_W08<br/>K_U02</p>                                                                                                                         |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>opinii i nastrojów społecznych, Badania efektywności i działań PR, Wizualizacja danych w Power BI, SQL w analizie danych, Projekt badawczy w PR, Warsztat badacza w PR, Ewaluacja projektów PR, UX)</p>                                                                                  | <p>badania społecznych, która wprowadza w etapy procesu badawczego, konceptualizację i operacjonalizację pojęć, typy zmiennych, poziomy pomiaru oraz metody doboru próby. Studenci poznają zarówno ilościowe techniki badawcze (wywiad kwestionariuszowy, kwantyfikacja danych), jak i jakościowe (wywiady pogłębione, analiza materiałów jakościowych), z uwzględnieniem cyfrowych narzędzi oraz zasad etyki badań.</p> <p>Ważnym elementem kształcenia jest konstruowanie narzędzi badawczych – od kwestionariuszy ankiet po scenariusze wywiadów pogłębionych, z wykorzystaniem specjalistycznego oprogramowania. Studenci uczą się formułować pytania badawcze i hipotezy, dobierać adekwatne metody i tworzyć kompletne projekty badawcze.</p> <p>Program obejmuje również specjalistyczne badania opinii i nastrojów społecznych, prezentując różnorodne wskaźniki (indeksy szczęścia, rozwoju społecznego, nastrojów konsumenckich), skale pomiarowe (Likerta, Cantrila, satysfakcji z życia) oraz metody partycypacyjne. Studenci zapoznają się z analizą danych wtórnych z CBOS, Eurobarometru czy Światowego Sondażu Wartości.</p> <p>Znaczącą część programu poświęcona jest ewaluacji i badaniom efektywności PR – od celów i mierników skuteczności komunikacji, przez badania opinii i wizerunku, analizę zasięgu komunikatów, aż po praktyczne case studies kampanii PR.</p> <p>Uzupełnieniem są kursy analityczne: wizualizacja danych w Power BI (źródła danych, storytelling, projektowanie dashboardów) oraz SQL w analizie danych, wyposażające studentów w umiejętności techniczne niezbędne do profesjonalnej pracy z danymi badawczymi i przygotowywania raportów analitycznych.</p> | <p>K_U03<br/>K_U04<br/>K_U05<br/>K_U06<br/>K_U07<br/>K_U09<br/>K_U10<br/>K_K01<br/>K_K02<br/>K_K03<br/>K_K04</p> |
| <p><b>Komponent etyczno-filozoficzny</b> (Estetyka nowych mediów, Etyka w mediach, Etyka w dobie kultur cyfrowych, Antropologia cyfrowa, Antropologia duchowości, Samotność, obecność i relacja w kulturze cyfrowej, Bioetyka, Filozofia kultury, Logika, Sztuka i estetyka w kulturze)</p> | <p>Program kursów etyczno-filozoficznych został zaprojektowany tak, aby zbudować wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne osadzone w rozumieniu wartości etycznych, kodeksów etycznych, zasad logiki, elementów kultury (w tym różnorodności kulturowej), budowania estetyki i rozumienia funkcjonowania logiki na przecięciu świata realnego i wirtualnego, a zatem na styku kultury określanej jako tradycyjna i kultur cyfrowych. Program uwzględnia także perspektywę antropologiczną, z a zatem rozumienie samego człowieka i jego postaw wobec zjawisk współczesnego świata, w szczególności wobec nowych wyzwań rzeczywistości cyfrowej.</p> <p>Fundamentem tego komponentu programu jest zrozumienie człowieka w jego aktualnej sytuacji i</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <p>K_W01<br/>K_W02<br/>K_W05<br/>K_W11<br/>K_U01<br/>K_U04<br/>K_U8<br/>K_U10<br/>K_K01<br/>K_K02<br/>K_K03</p>  |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
|  | <p>otoczeniu, spojrzenie na niego z perspektywy wartości, jako jednostki stanowiącej zarówno odbiorcę jak i twórcę szeroko rozumianej kultury. Treści przekazywane w bloku kursów etyczno-filozoficznych mają za zadanie utrwalenie orientacji etycznej, a także osadzenie w stale rozwijającym się i przynoszącym coraz to nowsze wyzwania w świecie.</p> <p>Kursy zorientowane bezpośrednio na etykę koncentrują się na treściach związanych przede wszystkim z etykami praktycznymi – wprost z etyką mediów, etyką dziennikarską, zagadnieniami tworzenia, przetwarzania i komunikowania informacji w dobie zagrożeń związanych z manipulacją i dezinformacją, relacją pomiędzy dziennikarzem a jego odbiorcą oraz z etyką świata kultur cyfrowych, obejmującą zrozumienie wartości towarzyszących tejże, kwestie związane z etycznym używaniem AI oraz etycznym zachowaniem w sieci, ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania w mediach społecznościowych (zarówno jako twórca jak i ich odbiorca).</p> <p>Treści przekazywane w ramach przedmiotów zorientowanych na antropologię przekazują treści poczynając od podstaw antropologii, pozwalających na zrozumienie człowieka w jego indywidualności, ale również z perspektywy jego miejsca w świecie, wprowadzają treści wynikające wprost z funkcjonowania człowieka w obszarze kultur cyfrowych, analizują kwestie związane z samotnością i wspólnotą w ramach sieci, a także wprowadzają studentów w złożony świat doświadczeń i koncepcji duchowych, zapoznając ich z wybranymi podejściami teoretycznymi i praktycznymi, tym samym sprzyjając poznaniu i zrozumieniu ujęcia antropologicznego.</p> <p>Kursy przynoszące treści związane z filozofią kultury i estetyką kultur cyfrowych i nowych mediów wprowadzają istotną wiedzę dającą znajomość dziedzictwa i osadzenia kulturowego, scenariuszy rozwoju i przemian kultury, różnorodności kulturowej i wyzwań, jakie niosą we współczesnym świecie.</p> <p>Dopełnienie przedmiotów tego bloku stanowi kurs z logiki, zaznajamiający studentów z podstawowym aparatem pojęciowym logiki i umiejętnością jego wykorzystania do świadomego i poprawnego używania języka, samodzielnego analizowania tekstów, krytycznej oceny argumentacji i stanowisk teoretycznych oraz oceny poprawności rozumowań.</p> |  |
|--|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|

|                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Wskazanie związków z misją uczelni i strategią jej rozwoju</p> | <p>Efekty kształcenia kierunku pozostają w ścisłej zgodności z misją Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej, który kształci nowoczesne kadry dla gospodarki opartej na wiedzy oraz wyznacza trendy dynamicznie zmieniającego się rynku.</p> <p>Program kierunku bezpośrednio realizuje te założenia, przygotowując absolwentów do pracy w obszarze komunikacji cyfrowej i zarządzania reputacją – kluczowych kompetencjach współczesnego rynku pracy. Kierunek wpisuje się w strategię rozwoju uczelni na lata 2023-2030, szczególnie w <b>obszar Kształcenie</b> (Cel strategiczny 1: Doskonałość kształcenia) poprzez wyposażanie studentów w kompetencje niezbędne na rynku pracy oraz przygotowanie ich do elastycznego działania w zmieniającej się rzeczywistości społeczno-gospodarczej.</p> <p>Realizacja zaawansowanych programów z zakresu badań społecznych, analityki danych i narzędzi cyfrowych odpowiada na cel konkurencyjności absolwentów na rynku pracy (cel operacyjny 1.2).</p> <p>Wymiar badawczy kierunku, obejmujący konstruowanie narzędzi badawczych i przeprowadzanie analiz, wpisuje się w <b>obszar Badania naukowe i rozwój dyscyplin</b> (Cel strategiczny 2), wspierając interdyscyplinarne badania naukowe deklarowane w misji uczelni oraz aktywną współpracę z otoczeniem społeczno-gospodarczym.</p> <p>Program kierunku realizuje także <b>obszar Społeczna odpowiedzialność nauki</b> (Cel strategiczny 3: Uniwersytet dla społeczeństwa) poprzez kształcenie w zakresie etyki komunikacji, odpowiedzialności biznesu i praw człowieka w świecie cyfrowym, co przekłada się na kształtowanie postaw obywatelskich i rozwój społeczeństwa.</p> |
| <p>Sylwetka absolwenta</p>                                        | <p>Absolwent kierunku <b>Public relations i kultury cyfrowe</b> 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.</p> <p>Absolwent tego kierunku:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• posiada wiedzę na temat mechanizmów komunikacji oraz narzędzi public relations, dostosowanych do specyfiki rynku i potrzeb różnych odbiorców;</li> <li>• rozumie dynamikę kultury cyfrowej i jej wpływ na relacje społeczne, konsumpcję treści oraz strategię komunikacji;</li> <li>• zna i rozumie procesy społeczne;</li> <li>• dysponuje umiejętnościami praktycznymi w zakresie badań preferencji konsumentów, opinii publicznej i analiz rynkowych, co umożliwia tworzenie skutecznych strategii PR;</li> <li>• zna zaawansowane techniki zarządzania wizerunkiem i kreowania marki w środowiskach cyfrowych oraz offline.</li> </ul> <p><b>Kompetencje i umiejętności absolwenta:</b></p> <p><b>1. Kompetencje komunikacyjne</b></p> <p>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</p>                                                                                       |

|  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <p>czy społecznościami online.</p> <p><b>2. Znajomość mediów społecznościowych</b></p> <p>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.</p> <p><b>3. Umiejętność przeprowadzania analiz i badań</b></p> <p>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.</p> <p><b>4. Kreatywność i innowacyjność</b></p> <p>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.</p> <p><b>5. Znajomość kultury cyfrowej</b></p> <p>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.</p> <p><b>6. Umiejętność pracy zespołowej</b></p> <p>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.</p> <p><b>7. Etyka i odpowiedzialność społeczna</b></p> <p>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.</p> <p><b>8. Zarządzanie kryzysowe</b></p> <p>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.</p> <p><b>9. Zarządzanie projektami i strategią</b></p> <p>Absolwent potrafi planować i wdrażać kompleksowe kampanie komunikacyjne, zarządzać projektami w środowiskach wielokanałowych oraz mierzyć efektywność podejmowanych działań.</p> <p><b>Możliwości rozwoju zainteresowań w trakcie studiów:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• zajęcia ze specjalistami posiadającymi doświadczenie zawodowe w obszarze kreowania wizerunku, kształtowani kompetencji miękkich, coachingu;</li><li>• zajęcia z praktykami, m.in. z obszaru mediów, dziennikarstwa;</li><li>• spotkania ze znanymi i ciekawymi ludźmi polityki, mediów i kultury;</li><li>• atrakcyjne praktyki i staże zawodowe;</li><li>• działalność w organizacjach studenckich, w tym w Samorządzie Studenckim, czy kołach naukowych;</li><li>• szkolenia i kursy organizowane przez Biuro Karier i Współpracy z Absolwentami UKEN;</li><li>• programy wymiany studenckiej (Erasmus+, MOST).</li></ul> |
|--|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

|                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe</p> | <p>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.</p> <p>Dzięki wszechstronnemu przygotowaniu absolwent kierunku Public relations i kultury cyfrowe może znaleźć zatrudnienie w:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• agencjach PR i marketingowych;</li> <li>• działach komunikacji i marketingu w korporacjach;</li> <li>• mediach tradycyjnych i cyfrowych;</li> <li>• start-upach oraz firmach technologicznych, które wykorzystują kulturę cyfrową jako narzędzie</li> <li>• instytucjach administracji rządowej i samorządowej</li> <li>• organizacjach pozarządowych (stowarzyszeniach i fundacjach)</li> <li>• instytucjach międzynarodowych</li> <li>• instytucjach kultury</li> <li>• firmach marketingowych</li> <li>• własnej działalności gospodarczej w obszarze mediów cyfrowych</li> </ul> |
| <p>Dostęp do dalszych studiów</p>                        | <p>Możliwość kontynuacji nauki na studiach drugiego stopnia oraz studiach podyplomowych.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |

|                                                                               |                                                               |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| <p>Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów</p> | <p><b>Instytut Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii</b></p> |
|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|

**Podsumowanie:**

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 6 semestrów / 180 pkt ECTS                                                                          |
| Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i osoby studiującej                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2280                                                                                                |
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia                                                                                                                                                                                                                                       | 163                                                                                                 |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów                                                                                                                                                                                                                          | 163                                                                                                 |
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne                                                                                                                                     | NIE DOTYCZY                                                                                         |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 54                                                                                                  |
| Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 2                                                                                                   |
| Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 60 godzin                                                                                           |
| W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 60                                                                                                  |
| Łączna liczba godzin zajęć na studiach prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 21<br>Szkolenie biblioteczne (2)<br>Szkolenie BHK (4)<br>Kurs ochrony własności intelektualnej (15) |
| Łączna liczba godzin zajęć / punktów ECTS kształcenia w zakresie języków obcych                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 110 godzin / 10 pkt ECTS                                                                            |
| Procentowy udział punktów ECTS (w łącznej liczbie punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów), którą osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć: związanych z prowadzoną na uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach do których przyporządkowany został kierunek studiów (w przypadku profilu ogólnoakademickiego) lub kształtujących umiejętności praktyczne (w przypadku profilu praktycznego) | 90%                                                                                                 |

W przypadku kształcenia prowadzonego w zakresie przygotowania do wykonywania zawodu nauczyciela (Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 25 lipca 2019 r. w sprawie standardu kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela Dz. U. 2024 poz. 453) – należy dołączyć matrycę dopasowania zajęć z planu (harmonogramu realizacji programu studiów) do określonej grupy zajęć ze standardu kształcenia nauczycieli.



## Public relations i kultury cyfrowe

Studia stacjonarne I-stopnia

### PLAN STUDIÓW OD ROKU AKADEMICKIEGO 2026/2027

#### PLAN STUDIÓW W UKŁADZIE SEMESTRALNYM

##### Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

| Nazwa kursu                                       | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|---------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                                   | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                                   |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                         |             |
| Wyobrażenia socjologiczna                         | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | E                       | 4           |
| Idee współczesności                               | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Estetyka nowych mediów                            |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Ścieżki kariery w PR                              |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 1           |
| Wstęp do PR                                       | 30                 | 30              |    |   |   |   |            | 60    | E                       | 5           |
| Wstęp do kultury cyfrowej                         | 30                 | 30              |    |   |   |   |            | 60    | E                       | 5           |
| Uzależnienia cyfrowe                              | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 2           |
| Etyka w mediach                                   | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Wstęp do komunikacji społecznej                   | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                       | 4           |
| Wprowadzenie do metod i technik badań społecznych |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Kurs ochrony własności intelektualnej             |                    |                 |    |   |   |   | 15         | 15    | Zal.                    | 1           |
|                                                   | 135                | 75              | 90 |   |   |   | 15         | 315   | 4                       | 30          |

##### Pozostałe zajęcia

| Rodzaj zajęć                                 | Godz. | Punkty ECTS |
|----------------------------------------------|-------|-------------|
| Szkolenie biblioteczne ( <i>e-learning</i> ) | 2     | -           |
| Szkolenie BHK ( <i>e-learning</i> )          | 4     | -           |

## Semestr II

### Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

| Nazwa kursu                               | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E /zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|-------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|------------------------|-------------|
|                                           | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                        |             |
|                                           |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                        |             |
| Historia i rozwój mediów                  | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
| Podstawy zarządzania                      | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                      | 2           |
| Przygotowanie i redagowanie materiałów PR |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Personal Branding                         |                    | 30              |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Negocjacje                                | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Fundraising & Crowdfunding                | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Różnorodność pokoleniowa                  | 10                 |                 | 10 |   |   |   |            | 20    | Zal. z oceną           | 2           |
| Społeczeństwo cyfrowe                     | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
| Wizerunek marki i organizacji             | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
| Public Speaking                           | 10                 |                 | 30 |   |   |   |            | 40    | Zal. z oceną           | 2           |
| Tworzenie narzędzi badawczych             |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
| Etyka w dobie kultur cyfrowych            | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
| Warsztaty praktyczne 1                    |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                   | 1           |
|                                           | 140                | 90              | 70 |   |   |   |            | 300   | 1                      | 20          |

### Kursy do wyboru

| Nazwa kursu                                                                                         | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal.<br>z oceną<br>/ zal. | Punkty<br>ECTS |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|-------------------------------|----------------|
|                                                                                                     | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                               |                |
|                                                                                                     |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                               |                |
| Cyberbezpieczeństwo LUB Antropologia cyfrowa                                                        | 30                 |                 |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną                  | 2              |
| Antropologia duchowości LUB Dezinformacja                                                           | 30                 |                 |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną                  | 2              |
| Fantastyka naukowa jako refleksja nad społeczeństwem LUB Metody i techniki rozwiązywania konfliktów | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną                  | 2              |
| Samotność, obecność i relacja w kulturze cyfrowej LUB Bioetyka                                      | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                          | 1              |
| Język obcy B2-1                                                                                     |                    |                 | 40 |   |   |   |            | 40    | Zal.                          | 3              |
|                                                                                                     | 90                 |                 | 40 |   |   |   |            | 130   | -                             | 10             |

**Semestr III**

**Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne**

| Nazwa kursu                            | Godziny kontaktowe |                 |     |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|----------------------------------------|--------------------|-----------------|-----|---|---|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                        | W                  | zajęć w grupach |     |   |   |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                        |                    | A               | K   | L | S | P |            |       |                         |             |
| Strategie public relations (warsztat)  | 15                 |                 | 30  |   |   |   |            | 45    | Zal. z oceną            | 4           |
| Analiza i wizualizacja danych w Excelu |                    |                 | 15  |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Zarządzanie zespołem                   |                    |                 | 15  |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Zarządzanie w sferze publicznej        | 15                 |                 | 15  |   |   |   |            | 30    | E                       | 3           |
| Media relations                        | 15                 |                 | 30  |   |   |   |            | 45    | Zal. z oceną            | 4           |
| PR w kampaniach wyborczych             |                    |                 | 15  |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Kompetencje medialne                   | 15                 |                 | 15  |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Socjologia sfery publicznej            | 30                 |                 |     |   |   |   |            | 30    | E                       | 3           |
| Projekt badawczy                       |                    | 15              |     |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
|                                        | 90                 | 15              | 135 |   |   |   |            | 240   | 2                       | 20          |

**Kursy do wyboru**

| Nazwa kursu                                                          | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|----------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                                                      | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                                                      |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                         |             |
| Event management w praktyce LUB Design thinking w praktyce           | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Zasady tworzenia kampanii społecznych LUB Marketing miast i regionów | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Kultura popularna LUB Social media                                   |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Filozofia kultury LUB Sprawiedliwość klimatyczna                     | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 2           |
| Język obcy B2-2                                                      |                    |                 | 40 |   |   |   |            | 40    | Zal.                    | 3           |
| Kultura fizyczna                                                     |                    | 30              |    |   |   |   |            | 30    | Zal.                    | 0           |
|                                                                      | 45                 | 45              | 70 |   |   |   |            | 160   | -                       | 10          |

**Semestr IV**

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

| Nazwa kursu                                  | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal.. | Punkty ECTS |
|----------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|--------------------------|-------------|
|                                              | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                          |             |
|                                              |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                          |             |
| Psychografia                                 | 10                 |                 | 15 |   |   |   |            | 25    | Zal. z oceną             | 1           |
| Team Building                                |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Warsztaty medialne                           |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną             | 2           |
| Monitorowanie opinii i nastrojów społecznych | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną             | 2           |
| Badania efektywności i działań PR            |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Podstawy prawa                               | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                        | 3           |
| Warsztaty rozwoju kompetencji miękkich       |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną             | 1           |
| Logika                                       |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Współczesny Leadership                       | 15                 |                 | 15 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną             | 2           |
| Warsztaty krytycznego myślenia               |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Stereotypy i uprzedzenia                     |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Wizualizacja danych w Power BI               |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| SQL w analizie danych                        |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
| Warsztaty praktyczne 2                       |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                     | 1           |
|                                              | 70                 | 120             | 90 |   |   |   |            | 280   | 1                        | 19          |

Kursy do wyboru

| Nazwa kursu                                                      | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E/ zal. z oceną/ zal.. | Punkty ECTS |
|------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|------------------------|-------------|
|                                                                  | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                        |             |
|                                                                  |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                        |             |
| Projekt badawczy w PR LUB Warsztat badacza w PR                  |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Psychologia reklamy LUB Sztuka i estetyka w kulturze             | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                      | 3           |
| Tożsamości w społeczeństwie sieciowym LUB Demokracja i populizmy |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną           | 2           |
| Język obcy B2-3                                                  |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | E                      | 4           |
| Kultura fizyczna                                                 |                    | 30              |    |   |   |   |            | 30    | Zal.                   | 0           |
|                                                                  | 15                 | 45              | 90 |   |   |   |            | 150   | 2                      | 11          |

**Semestr V**

**Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne**

| Nazwa kursu                               | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|-------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                           | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                           |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                         |             |
| Ruchy społeczne i mobilizacja społeczna   | 30                 |                 |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Ewaluacja projektów PR                    | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Socjotechnika                             | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                       | 4           |
| Wykluczenie społeczne w kulturze cyfrowej | 15                 | 30              |    |   |   |   |            | 45    | Zal. z oceną            | 4           |
| Prawa człowieka w teorii i praktyce       | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 2           |
| Zarządzanie projektami                    |                    |                 | 30 |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
|                                           | 90                 | 60              | 30 |   |   |   |            | 180   | 1                       | 19          |

**Kursy do wyboru**

| Nazwa kursu                                                             | Godziny kontaktowe |                 |    |   |    |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|-------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|----|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                                                         | W                  | zajęć w grupach |    |   |    |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                                                         |                    | A               | K  | L | S  | P |            |       |                         |             |
| Seminarium licencjackie 1                                               |                    |                 |    |   | 15 |   |            | 15    | Zal.                    | 2           |
| Wykład monograficzny lub Nauka i nowe formy duchowości w dobie cyfrowej |                    |                 | 30 |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Monitoring i audyt mediów LUB Edukacja medialna                         |                    | 30              |    |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
| Nowe zjawiska i trendy społeczne LUB Psychologia w biznesie             | 30                 |                 |    |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 3           |
|                                                                         | 30                 | 30              | 30 |   | 15 |   |            | 105   | -                       | 11          |

**Semestr VI**

**Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne**

| Nazwa kursu                   | Godziny kontaktowe |                 |    |   |   |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | Punkty ECTS |
|-------------------------------|--------------------|-----------------|----|---|---|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                               | W                  | zajęć w grupach |    |   |   |   | E-learning | razem |                         |             |
|                               |                    | A               | K  | L | S | P |            |       |                         |             |
| Kreatywność i storytelling    |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 3           |
| Komunikacja kryzysowa         |                    | 15              |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Mediacje                      |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Globalizacja i glokalizacja   | 15                 |                 |    |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
| Warsztaty asertywności        |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal. z oceną            | 2           |
| Współczesne teorie demokracji | 15                 | 15              |    |   |   |   |            | 30    | E                       | 3           |
| Marketing internetowy         |                    | 30              |    |   |   |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Warsztaty praktyczne 3        |                    |                 | 15 |   |   |   |            | 15    | Zal.                    | 1           |
|                               | 45                 | 75              | 30 |   |   |   |            | 150   | 1                       | 14          |

**Kursy do wyboru**

| nazwa kursu                                                    | godziny kontaktowe |                 |   |   |    |   |            |       | E / zal. z oceną / zal. | punkty ECTS |
|----------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|---|---|----|---|------------|-------|-------------------------|-------------|
|                                                                | W                  | zajęć w grupach |   |   |    |   | E-learning | razem |                         |             |
|                                                                |                    | A               | K | L | S  | P |            |       |                         |             |
| Seminarium licencjackie 2                                      |                    |                 |   |   | 30 |   |            | 30    | Zal.                    | 2           |
| Przywództwo przyszłości LUB Socjologia kultury                 | 30                 |                 |   |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Wykład monograficzny LUB Imaginarium i reprezentacje społeczne | 30                 |                 |   |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| ESG z elementami CSR LUB UX                                    | 30                 |                 |   |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
| Inwigilacja cyfrowa LUB Wirtualny aktywizm                     | 30                 |                 |   |   |    |   |            | 30    | Zal. z oceną            | 2           |
|                                                                | 120                |                 |   |   | 30 |   |            | 150   | -                       | 10          |

Egzamin dyplomowy

| Tematyka                                                                                                                                                                                                                                                      | Punkty ECTS |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| Przedmiotem egzaminu dyplomowego jest problematyka pracy dyplomowej oraz dyscyplin naukowych, których znajomość była niezbędna do napisania pracy dyplomowej. Zakres egzaminu obejmuje również treści przedmiotów zaliczonych do grupy zajęć obligatoryjnych. | <b>4</b>    |

Informacje uzupełniające

Praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

| Sem. | nazwa praktyki<br>(rodzaj i zakres oraz miejsce realizacji) | Tyg. | Godz. | Termin i system realizacji praktyki                                                                | Punkty ECTS |
|------|-------------------------------------------------------------|------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| VI   | Praktyka zawodowa w instytucjach państwowych lub prywatnych | 2    | 60    | możliwość realizacji praktyk w terminie wcześniejszym niż semestr VI, za zgodą Kierownika praktyk* | <b>2</b>    |

\* z zastrzeżeniem, że zaliczenie jest wpisywane w VI semestrze





Uniwersytetu Komisji  
Edukacji Narodowej  
w Krakowie

# Instytut Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii

UCHWAŁA NR 9/2025-2026

Rady Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii, Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

z dnia 28.05.2026 roku

**w sprawie:** zatwierdzenia planu i programu studiów dla kierunku „PUBLIC RELATIONS I KULTURY CYFROWE”  
I-stopnia, studia stacjonarne rozpoczynających się dla cyklu w roku akademickim 2026/2027

## §1

Rada Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie poprzez zdalne głosowanie tajne zatwierdziła plan i program studiów dla kierunku „PUBLIC RELATIONS I KULTURY CYFROWE” I-stopnia, studia stacjonarne rozpoczynających się dla cyklu w roku akademickim 2026/2027.

Za radę

Z-CA DYREKTORA  
Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii  
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej

*Maciej Urbanek*  
dr Maciej Urbanek

## OPINIA

Rada Jakości Kształcenia dla kierunku *Public Relations i kultury cyfrowe* pozytywnie zaopiniowała plan i program studiów wyższych I stopnia rozpoczynających się w roku akademickim 2026/2027. Wszystkie zmiany odzwierciedlają uwagi i rekomendacje Rady przyjęte na posiedzeniu w dniu 15 maja 2026 roku, a wypracowane wcześniej w trakcie posiedzeń roboczych odbywających się w trakcie semestru. Ostateczny kształt planu i programu studiów został przegłosowany przez członków Rady w trybie obiegowym w dniu 25 maja

2026 roku. Za przyjęciem planu i programu studiów w proponowanym kształcie głosowali wszyscy członkowie Rady.



Przewodniczący Rady Jakości Kształcenia  
dr hab. Radosław Marzęcki, prof. UKEN

Kraków, czwartek, 28 maja 2026

Opinia Instytutowej Rady Samorządu Studentów  
Instytut Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii  
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

w sprawie zmian w programie studiów Public Relations i Kultury Cyfrowe w ramach stacjonarnych, I stopnia o  
profilu ogólnoakademickim

Na podstawie dostępnych źródeł Instytutowa Rada Samorządu Studentów Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie dokonała oceny zmian w programie studiów Public Relations i Kultury Cyfrowe w ramach stacjonarnych, I stopnia o profilu ogólnoakademickim.

Nawiązując do dokonanej analizy stanu faktycznego wyraża pozytywną opinię na temat proponowanych zmian w programie studiów.

Szczegółowe uzasadnienie wraz z przyjętymi kryteriami oceny i ich uzasadnieniem stanowi załącznik do tego pisma.

Mariusz Jaksender

Przewodniczący Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytut Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii

Podpis:

.....

Załącznik 1.

Karta studenckiej oceny programu studiów

| <b>Kryterium:</b>                                                                                                       | <b>Ocena spełnienia:</b><br>Spełnione/ Częściowo<br>spełnione/ Niespełnione | <b>Uzasadnienie:</b>                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prawidłowość przyporządkowania punktów ECTS do poszczególnych przedmiotów uwzględniając nakład pracy studenta.          | Spełnione                                                                   | Do przedmiotów wiodących została przypisana adekwatna ilość punktów ECTS, wliczając w to zmiany.                |
| Adekwatność formy zajęć względem treści programowych realizowanych w ramach przedmiotów                                 | Spełnione                                                                   | Brak zastrzeżeń do formy zajęć względem treści.                                                                 |
| Modułowe i kierunkowe efekty uczenia się są sformułowane w sposób zrozumiały i adekwatny do specyfiki kierunku studiów. | Spełnione                                                                   | Plan studiów jest zrozumiały oraz przejrzysty.                                                                  |
| Treści programowe realizowane w ramach przedmiotów są zgodne ze specyfiką kierunku studiów oraz efektami uczenia się.   | Spełnione                                                                   | Plan nie posiada żadnych przedmiotów nieadekwatnych do specyfiki kierunku „Public Relations i Kultury Cyfrowe”. |
| Adekwatność i zrozumiałość form egzaminowania, zarówno zaliczeń etapowych, jak i procesu dyplomowania.                  | Spełnione                                                                   | Wszystko jest jasno opisane w planie studiów.                                                                   |

|                                                                                                                                                                             |           |                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wymiar, zasady i forma realizowanych praktyk zawodowych.                                                                                                                    | Spełnione | Plan studiów przewiduje różnorakie zajęcia praktyczne, m.in. „design thinking w praktyce” czy „event management w praktyce”.       |
| Możliwość realizacji przedmiotów do wyboru, w łącznym wymiarze nie mniej niż 30% spośród wszystkich punktów ECTS wymaganych do ukończenia studiów oraz atrakcyjność oferty. | Spełnione | Uczelnia oferuje wybór pomiędzy przedmiotami w danym semestrze, przykładowo wybór pomiędzy „Kultura popularna” lub „Social media”. |

**Dodatkowe uwagi, nieprzyporządkowane do kryteriów:**

—

**Źródła, na podstawie których została wydana opinia, oraz informacja o przebiegu współpracy z władzami Uczelni w procesie:**

Źródłem był przesłany Instytutowej Radzie Samorządu Studenckiego Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii e-mail z prośbą o rozpatrzenie nowego planu studiów wysłany przez Profesora Radosława Marzęckiego.

**Kompleksowe uzasadnienie w oparciu o przyjęte kryteria:**

Nowy plan i program kierunku jest przejrzysty, zrozumiały, bez błędów merytorycznych.

Kraków, 28.05.2026

## OPINIA PROGRAMU I PLANU PUBLIC RELATIONS I KULTUR CYFROWYCH

My, niżej podpisani, członkowie Instytutowej Rady Samorządu Studenckiego Instytutu Socjologii, Kognitywistyki i Filozofii pozytywnie opiniujemy program i plan Public Relations i Kultur Cyfrowych. Plan jest merytorycznie poprawny, przejrzysty i zrozumiały bez błędów językowych.

Z poważaniem,

Samia Jawad  
Julia Witowska  
Zuzanna Zielinska  
Mariusz Jaksender