



Uchwała nr 2408
Senatu Uniwersytetu w Białymstoku
z dnia 25 kwietnia 2019 r.

w sprawie ustalenia programu studiów podyplomowych:
Studia Podyplomowe Komunikacji i Public Relations,
obowiązującego od roku akademickiego 2019/2020


Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* (Dz. U. z 2018 r., poz. 1668 z późn. zm.) Senat Uniwersytetu w Białymstoku uchwala, co następuje:

§ 1

1. Senat Uniwersytetu w Białymstoku ustala, obowiązujący od roku akademickiego 2019/2020, program studiów podyplomowych: *Studia Podyplomowe Komunikacji i Public Relations*.
2. Program studiów stanowi Załącznik do niniejszej Uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący
Senatu Uniwersytetu w Białymstoku

Prof. dr hab. Robert W. Ciborowski

EFEKTY UCZENIA SIĘ **Studiów Podyplomowych Komunikacji i Public Relations**

1. Kwalifikacje nadawane po ukończeniu studiów podyplomowych na poziomie: 7
2. Umieszczenie studiów w dziedzinie kształcenia (*z uwzględnieniem dziedziny/dziedzin nauki*): dziedzina nauk społecznych

Podyplomowe studia komunikacji i PR pozwolą uczestnikom na rozwój kompetencji w zakresie budowania wizerunku osób, organizacji czy instytucji oraz odpowiednio przygotują do pracy w dziale promocji, jako specjalista ds. PR, rzecznik prasowy. Absolwenci zdobędą świadectwo ukończenia studiów podyplomowych, potwierdzające uzyskanie kompetencji menedżera komunikacji i PR.

Studia pozwolą na zdobycie wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu:

- zagadnień związanych z procesem komunikacji,
- kreowania wizerunku zarówno osób, jak i instytucji,
- przygotowywania tekstów, jak również innych materiałów z dziedziny PR,
- reagowania i komunikowania się w sytuacjach kryzysowych
- wystąpień przed kamerą i mikrofonem oraz skutecznego komunikowania się z mediami,
- posługiwania się nowoczesnymi technologiami w procesie komunikowania się i budowania wizerunku.

Studia skierowane są do osób odpowiedzialnych za decyzje z zakresu komunikacji i promocji w przedsiębiorstwach, samorządach lokalnych, instytucjach edukacji, kultury i organizacjach pozarządowych, zainteresowanych zdobyciem bądź pogłębieniem wiedzy i umiejętności w obszarze skutecznego komunikowania się z odbiorcą i osiągnięciem celów, związanych z budowaniem wizerunku.

Program studiów obejmie zajęcia w formie wykładów, zajęć warsztatowych, konwersatoriów, analiz studiów przypadku, prezentacji najlepszych praktyk i ćwiczeń. Zajęcia poprowadzą wykwalifikowani wykładowcy Wydziału Ekonomii i Zarządzania, jak również osoby zawodowo związane z rynkiem mediów, komunikacji i nowych technologii.

3. Wskazanie, czy w procesie definiowania efektów uczenia się uwzględniono zapotrzebowanie otoczenia społeczno-gospodarczego: W procesie definiowania efektów kształcenia uwzględniono potrzeby organizacji w zakresie psychologicznych aspektów zarządzania zasobami ludzkimi oraz marketingu.

Podyplomowe studia komunikacji i PR będą odpowiedzią na potrzeby, zgłaszane przez instytucje i przedsiębiorstwa, działające w województwie podlaskim. We współczesnym świecie profesjonalne komunikowanie się i efektywne budowanie wizerunku decyduje o skutecznej promocji produktu, firmy czy osoby. Coraz więcej organizacji pracuje obecnie metodą projektów, których realizacja nakłada na wykonawcę określone obowiązki w dziedzinie informacji i promocji. Z praktyki wynika jednak, że brakuje osób profesjonalnie przygotowanych do współpracy z mediami, które potrafią te cele

zrealizować. Prowadzenie działalności w dobie nowoczesnych technologii wymaga również wiedzy jak wykorzystywać ich możliwości w procesie komunikowania się. Praktyczny charakter tych studiów umożliwi szybkie zastosowanie zdobytej wiedzy i umiejętności w pracy, co przełoży się na prawidłowe funkcjonowanie firmy czy instytucji. A tym samym zwiększy ich szanse na osiągnięcie założonych celów, decydując o sukcesie. Zainteresowanie udziałem w takich studiach zgłaszali wielokrotnie słuchacze innych studiów organizowanych przez Wydział Ekonomii i Zarządzania, jak też przedstawiciele firm, z którymi współpracuje Wydział.

4. Wymagania wstępne (*oczekiwane kompetencje kandydata*): Kandydaci powinni być absolwentami co najmniej pierwszego stopnia studiów.

Symbol opisu charakterystyk II stopnia	OPIS CHARAKTERYSTYK II STOPNIA	Symbol efektu uczenia się	OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ Po ukończeniu studiów podyplomowych absolwent:
WIEDZA, absolwent zna i rozumie:			
S_P7S_WG	w pogłębionym stopniu - wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące:	SP7_WG01	Zna i rozumie zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu podstaw komunikacji społecznej
	- zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne	SP7_WG02	Posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia z zakresu kreowania wizerunku organizacji
	- uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia	SP7_WG03	Zna wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej z zakresu wybranych obszarów marketingu
	- wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla programu kształcenia	SP7_WG04	Zna i rozumie główne trendy rozwojowe w zakresie komunikacji społecznej i PR
	główne trendy rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych istotnych dla programu kształcenia		
S_P7S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji	SP7_WK01	Zna i rozumie dylematy współczesnego człowieka związane z rolą informacji oraz jej aspekty etyczne
	ekonomiczne, prawne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działań związanych z nadaną kwalifikacją, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	SP7_WK02	Zna i rozumie ekonomiczne uwarunkowania procesów komunikacji
UMIEJĘTNOŚCI, absolwent potrafi:			
S_P7S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy i innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez:	SP7_UW01	Potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do innowacyjnego wykonywania zadań z zakresu komunikacji i Public Relations
	-właściwy dobór źródeł oraz informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy oraz twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji -dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	SP7_UW02	Potrafi realizować zadania związane z komunikacją społeczną i PR z wykorzystaniem nowoczesnych form komunikacji ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych

	(ICT)		
S_P7S_UK	komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców prowadzić debatę	SP7_UK01 SP7_UK02 SP7_UK03	Potrafi występować publicznie Potrafi komunikować się z mediami Potrafi efektywnie pośredniczyć w komunikacji między różnymi podmiotami
S_P7S_UO	kierować pracą zespołu	SP7_UO01	Posiada umiejętność kierowana komórką PR
S_P7S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	SP7_UU01	Potrafi doskonalić swój język, retorykę i technikę wymowy
KOMPETENCJE SPOŁECZNE, absolwent jest gotów do:			
S_P7S_KK	krytycznej oceny odbieranych treści uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	SP7_KK01 SP7_KK02	Potrafi krytycznie analizować informacje z organizacji i jej otoczenia Rozumie znaczenie wiedzy w zarządzaniu procesem komunikowania się
S_P7S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego inicjowania działania na rzecz interesu publicznego myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	SP7_KO01 SP7_KO02	Jest gotów do wypełniania obowiązków wynikających z potrzeby stałego zwiększania kompetencji własnych i zespołu ze względu na dynamikę procesów rynkowych i społecznych zachodzących w świecie Wykazuje postawę kreatywności, innowacyjności i przedsiębiorczości w tworzeniu programu komunikacji
S_P7S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: -rozwijania dorobku zawodu	SP7_KR01	Potrafi organizować pracę zespołową oraz uczestniczyć w niej przyjmując różne role

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

I. INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa studiów podyplomowych:
Studia Podyplomowe Komunikacji i Public Relations

2. Czas trwania studiów podyplomowych:
2 semestry.

3. Założenia ogólne:

Zdobycie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie budowania wizerunku osób, organizacji czy instytucji oraz przygotowanie do pracy w dziale promocji, jako specjalista ds. PR, rzecznik prasowy. Studia skierowane są do osób odpowiedzialnych za decyzje z zakresu komunikacji i promocji w przedsiębiorstwach, samorządach lokalnych, instytucjach edukacji, kultury i organizacjach pozarządowych, zainteresowanych zdobyciem bądź pogłębieniem wiedzy i umiejętności w obszarze skutecznego komunikowania się z odbiorcą i osiągnięciem celów, związanych z budowaniem wizerunku.

4. Ogólna liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji podyplomowych: 56.

5. Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych:
200, wraz z nakładem pracy własnej studenta: 1000

6. Program uchwalony na posiedzeniu RW 04.03.2019 r. , obowiązuje od roku akad.2019/2020

II. WYKAZ PRZEDMIOTÓW

Przedmioty	Punkty ECTS	Odniesienie do zakładanych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji zakładanych efektów uczenia się
Komunikacja w organizacji	3	SP7_WG01, SP7_WK01, SP7_WK02, SP7_KK01, SP7_KK02	egzamin, aktywność na zajęciach
Marketing personalny	3	SP7_WG03, SP7_UU01, SP7_KO01, SP7_KO02	egzamin, projekt w formie studium przypadku
Kreowanie wizerunku organizacji	3	SP7_WG01, SP7_WG02, SP7_WK02	zaliczenie na ocenę, projekt w formie studium przypadku
Biuro prasowe i komórka PR	4	SP7_WG02, SP7_WK02, SP7_UO01, SP7_KR01	zaliczenie na ocenę, studium przypadku
Marketing w instytucjach i samorządach	4	SP7_WG02, SP7_UK02	egzamin, ćwiczenia w formie studium przypadku
Tworzenie materiałów PR	4	SP7_WG02, SP7_WK02	zaliczenie na ocenę, projekt zespołowy
Zarządzanie sytuacją kryzysową w organizacji	5	SP7_WG02, SP7_WK01, SP7_KK01	zaliczenie na ocenę, projekty w formie studium przypadku
Marketing polityczny	4	SP7_WG03, SP7_WK01	egzamin, zadania projektowe

Marketing społecznościowy i nowe media	4	SP7_WG03, SP7_WG04, SP7_WK02, SP7_UW01, SP7_UW02, SP7_KO02	zaliczenie na ocenę, projekt zespołowy
Poprawność językowa, retoryka i technika mowy	3	SP7_UK01, SP7_UU01	zaliczenie na ocenę, ćwiczenia w formie wypowiedzi
Wystąpienia publiczne	4	SP7_UK01, SP7_UK02, SP7_UU01	zaliczenie na ocenę, prezentacja
Tworzenie i prowadzenie projektów internetowych	4	SP7_WG04, SP7_WK02, SP7_UW01, SP7_UW02, SP7_KO02	zaliczenie na ocenę, projekt zespołowy
Media relations	4	SP7_WG02, SP7_WG04, SP7_UW01, SP7_UK01, SP7_UK02	zaliczenie na ocenę, studium przypadku
Organizacja wydarzeń specjalnych	4	SP7_WG03, SP7_WK02	zaliczenie na ocenę, projekt w formie studium przypadku
Etyka działań PR	3	SP7_WG04, SP7_WK01	zaliczenie na ocenę, analiza przypadku
Razem	56		

III. ZASADY, FORMY I WYMIAR ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH wraz z przyporządkowaną im liczbą punktów ECTS: Program Studiów nie przewiduje praktyk zawodowych.

IV. WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Uczestnictwo w minimum 75 % wszystkich zajęć oraz uzyskanie zaliczeń z poszczególnych przedmiotów.

UNIwersytet w Białymstoku

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH obowiązuje od roku akad. 2019/2020

Nazwa studiów podyplomowych: Studia Podyplomowe Komunikacji i Public Relations

Plan studiów uchwalony przez Radę Wydziału dnia 04.03.2019 r.

L.P.	NAZWA PRZEDMIOTU	KOD przedmiotu USOS	punkty ECTS	Egz./Zal.	RAZEM	WYKŁADY	ĆWICZENIA	KONWERSATORIA	LABORATORIA	SEMINARIA	ZAJĘCIA TERENOWE
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Komunikacja w organizacji	0300-SPK-1KO	3	e	8	8					
2	Marketing personalny	0300-SPK-1MP	3	e	8	8					
3	Kreowanie wizerunku organizacji	0300-SPK-1KW	3	Z	8	8					
4	Biuro prasowe i komórka PR	0300-SPK-1BP	4	Z	16	8	8				
5	Marketing w instytucjach i samorządach	0300-SPK-1MI	4	e	16	8	8				
6	Tworzenie materiałów PR	0300-SPK-1TM	4	Z	16	8	8				
7	Zarządzanie sytuacją kryzysową w organizacji	0300-SPK-1ZS	5	Z	16	6	10				
8	Marketing polityczny	0300-SPK-1MPO	4	e	16	8	8				
9	Marketing społecznościowy i nowe media	0300-SPK-1MS	4	Z	16	8	8				
10	Poprawność językowa, retoryka i technika mowy	0300-SPK-1PJ	3	Z	12	4	8				
11	Wystąpienia publiczne	0300-SPK-1WP	4	Z	12		12				
12	Tworzenie i prowadzenie projektów internetowych	0300-SPK-1TP	4	Z	16	8	8				
13	Media relations	0300-SPK-1MR	4	Z	16	8	8				
14	Organizacja wydarzeń specjalnych	0300-SPK-1OW	4	Z	16	8	8				
15	Etyka działań PR	0300-SPK-1ED	3	Z	8	8					
OGÓLEM			56		200	106	94				