Plan studiów obowiązujący od roku akademickiego 2020/2021

KIERUNEK: **Public relations i zarządzanie informacją**
Specjalność studiów: Zarządzanie wizerunkiem
Poziom studiów: Pierwszego stopnia
Profil studiów: Ogólnoakademicki
Forma studiów: Stacjonarne

Lp.	Nazwa modułu (przedmiotu)*	Punkty ECTS	Wymiar godzin (łączny)						Rok I															Rok II															Rok III													
			Razem	Rodzaj zaj.					1							2								3							4							5							6						
				WY	CA	LB	KW	SM	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS	WY	CA	LB	KW	SM	Forma zal.	Punkty ECTS
Blok modułów (przedmiotów) obowiązkowych - A																																																				
1	Wprowadzenie do public relations BN	5	60	30	30	0	0	0	30	30				E	5																																						
2	Organizacja i zarządzanie informacją BN	5	60	30	30	0	0	0	30	30				E	5																																						
3	Psychologia społeczna	4	30	30	0	0	0	0	30					E	4																																						
4	Kultura współczesna BN	3	30	30	0	0	0	0	30					E	3																																						
5	Nauka o komunikowaniu BN	3	30	0	30	0	0	0		30				Z	3																																						
6	Komunikacja językowa BN	3	30	0	0	0	30	0				30		Z	3																																						
7	Krytyczna teoria internetu BN	3	30	0	0	0	30	0				30		Z	3																																						
8	Technologia informacyjna	2	30	0	0	0	30	0				30		Z	2																																						
9	Filozofia BN	4	30	30	0	0	0	0								30					E	4																														
10	Współczesne teorie społeczne BN	4	30	30	0	0	0	0								30					E	4																														
11	Historia komunikowania społecznego BN	4	30	30	0	0	0	0								30					E	4																														
12	Komunikacja interpersonalna BN	3	30	30	0	0	0	0								30					E	3																														
13	Bezpieczeństwo informacji BN	3	30	0	30	0	0	0									30				Z	3																														
14	Podstawy przedsiębiorczości	2	30	0	30	0	0	0									30				Z	2																														
15	Analiza tekstów kultury BN	2	30	0	0	0	30	0											30		Z	2																														
16	Podstawy reklamy BN	2	30	0	0	0	30	0											30		Z	2																														
17	Logopedia medialna	2	30	0	0	0	30	0											30		Z	2																														
18	Wystąpienia publiczne	2	30	0	0	0	30	0											30		Z	2																														
19	Prawne aspekty public relations i zarządzania informacją	3	30	30	0	0	0	0															30					E	3																								
20	Najnowsza historia Polski BN	3	30	30	0	0	0	0															30					E	3																								
21	System medialny i polityczny w Polsce BN	3	30	0	30	0	0	0																30				Z	3																								
22	Gatunki medialne BN	3	30	0	30	0	0	0																30				Z	3																								
23	E-marketing BN	3	30	0	30	0	0	0																30				Z	3																								
24	Mediatyzacja sfery publicznej BN	3	30	0	0	0	30	0																		30		Z	3																								
25	Retoryka i erystyka BN	3	30	0	0	0	30	0																		30		Z	3																								
26	Dyskursy kultury popularnej BN	3	30	0	0	0	30	0																		30		Z	3																								
27	Komunikacja wizualna BN	3	30	30	0	0	0	0																						30					E	3																
28	Infobrokering BN	3	30	30	0	0	0	0																						30					E	3																
29	Etyka public relations BN	3	30	0	0	0	30	0																									30		Z	3																
30	Badania w public relations BN	3	30	0	0	0	30	0																									30		Z	3																
31	Polityczne public relations BN	3	30	0	0	0	30	0																									30		Z	3																
32	Społeczeństwo informacji i wiedzy BN	3	30	30	0	0	0	0																													30					E	3								
33	Ochrona własności intelektualnej	1	15	15	0	0	0	0																													15					Z	1								
34	Architektura stron internetowych	2	30	0	0	30	0	0																															30			Z	2								
35	Myślenie projektowe	2	30	0	0	0	30	0																																30		Z	2								
36	Dyskursy sieci BN	3	30	0	0	0	30	0																																30		Z	3								
37	Komunikowanie kryzysowe BN	3	30	0	0	0	30	0																																30		Z	3								
38	Socjotechnika BN	2	30	0	0	0	30	0																																30		Z	2								
39	Społeczna odpowiedzialność BN	3	30	0	0	0	30	0																																							30		Z	3
40	Media relations BN	3	30	0	0	0	30	0																																							30		Z	3
41	Kreowanie wizerunku BN	3	30	0	0	0	30	0																																							30		Z	3
Razem A		**120**	**1275**	**405**	**240**	**30**	**600**	**0**	**120**	**90**	**0**	**90**	**0**	**0**	**28**	**120**	**60**	**0**	**##**	**0**	**0**	**28**	**60**	**90**	**0**	**90**	**0**	**0**	**24**	**60**	**0**	**0**	**90**	**0**	**0**	**15**	**45**	**0**	**30**	**##**	**0**	**0**	**16**	**0**	**0**	**0**	**90**	**0**	**0**	**9**
Blok modułów (przedmiotów) wybieralnych/fakultatywnych - B																																																				
42	Język obcy	8	120	0	0	0	120	0				30		Z	2				30		Z	2				30		Z	2				30		E	2																

43	Wychowanie fizyczne	0	60	0	60	0	0	0		30				Z	0		30				Z	0																											
44	Seminarium BN	14	60	0	0	0	0	60																										15	Z	4					15	Z	4					30	Z	6
45	Praktyki	4	120	0	0	120	0	0																								120			Z	4													
46	Praca dyplomowa i jej obrona	5	0	0	0	0	0	0																																									E	5
47	Wykład ogólnouniwersytecki	1	15	15	0	0	0	0																						15						1													
48	Przedmiot fakultatywny	2	30	0	30	0	0	0																														30				Z	2							
49	Przedmiot fakultatywny *	2	30	0	30	0	0	0																														30				Z	2							
50	Przedmiot fakultatywny	2	30	0	30	0	0	0																																					30				Z	2
51	Przedmiot fakultatywny *	2	30	0	30	0	0	0																																					30				Z	2
Specjalność - B1																																																		
52	Warsztat copywritera	2	30	0	0	0	30	0																		30		Z	2																					
53	Warsztat fotografii	2	30	0	0	0	30	0																		30		Z	2																					
54	Komunikacja wewnętrzna	2	30	0	0	0	30	0																									30		Z	2														
55	Event jako narzędzie public relations	2	30	0	0	0	30	0																									30		Z	2														
56	Komunikowanie w mediach społecznościowych	2	30	0	0	0	30	0																																30		Z	2							
57	Branding	2	30	0	0	0	30	0																																30		Z	2							
58	Projektowanie kampanii public relations	4	60	0	0	0	60	0																																30		Z	2				30		Z	2
59	Lobbing i sponsoring	2	30	0	0	0	30	0																																							30		Z	2
60	Techniki negocjacji	2	30	0	0	0	30	0																																							30		Z	2
Razem B+ B1		**60**	**795**	**15**	**180**	**120**	**420**	**60**	**0**	**30**	**0**	**30**	**0**		**2**	**0**	**30**	**0**	**30**	**0**		**2**	**0**	**0**	**0**	**90**	**0**		**6**	**15**	**0**	**120**	**90**	**15**		**15**	**0**	**60**	**0**	**90**	**15**		**14**	**0**	**60**	**0**	**90**	**30**		**21**
Razem A+B+B1		**180**	**2070**	**420**	**420**	**150**	**1020**	**60**	**120**	**120**	**0**	**120**	**0**		**30**	**120**	**90**	**0**	**150**	**0**		**30**	**60**	**90**	**0**	**180**	**0**		**30**	**75**	**0**	**120**	**180**	**15**		**30**	**45**	**60**	**30**	**210**	**15**		**30**	**0**	**60**	**0**	**180**	**30**		**30**
Punkty ECTS w semestrze/godziny w semestrze		**180**	**2070**	**420**	**420**	**150**	**1020**	**60**	**360**						**30**	**360**						**30**	**330**						**30**	**390**						**30**	**360**						**30**	**270**						**30**
Punkty ECTS w roku		**180**	**2070**						**720**												**60**		**720**													**60**	**630**													**60**

Legenda:

A - blok modułów (przedmiotów) obowiązujących wszystkich studentów danego kierunku i specjalności

B/B1 - blok modułów (przedmiotów) wybieralnych/fakultatywnych m.in. Specjalnościowych, wykłady ogólnouniwerysteckich

Symbole: WY-wykład, CA-ćwiczenia, LB-laboratorium, KW-konwersatorium, SM-seminarium

E- egzamin

Z- zaliczenie z oceną

Program studiów umożliwia wybór modułów zajęć za co najmniej 30% punktów ECTS

P - zajęcia o charakterze praktyczynym - konieczność oznaczenia tylko w przypadku kierunków o profilu praktycznym

BN - zajęcia związane z prowadzonymi przez jedostkę badaniami naukowymi - konieczność oznaczenia tylko w przypadku kierunków o profilu ogólnoakademickim

Przedmiot fakultatywny * - przedmiot fakultatywny w języku obcym