

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

*Jednostka prowadząca: Wydział Politologii i Dziennikarstwa*

*Nazwa studiów podyplomowych: Public relations i marketing medialny*

*Dziedzina nauki/sztuki: nauki społeczne*

*Dyscyplina naukowa/artystyczna: nauki o mediach<sup>1</sup>*

*Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji - 6*

Symbole efektów kierunkowych	Kierunkowe efekty uczenia się – opis słowny	Odniesienie do uniwersalnych charakterystyk PRK <sup>2</sup>	Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia PRK dla właściwego poziomu <sup>3</sup>
1	2	3	4
	<b>WIEDZA: ABSOLWENT ZNA I ROZUMIE</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_W01	W zaawansowanym stopniu zna rodzaje więzi społecznych w zakresie pracy specjalisty PR i marketingu	P6U_W	P6S_WG
K_W02	W zaawansowanym stopniu zna metody i narzędzia wykorzystywane w public relations i marketingu medialnym, stanowiące podstawową wiedzę ogólną o charakterze public relations, reklamy i marketingu	P6U_W	P6S_WG
K_W03	Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu podstaw media relations i PR w kryzysie	P6U_W	P6S_WG
K_W04	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości ze szczególnym uwzględnieniem działalności w zakresie public relations i marketingu medialnego	P6U_W	P6S_WK

<sup>1</sup> Wpisać zgodnie z rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych.

Kierunek należy przyporządkować do co najmniej 1 dyscypliny.

<sup>2</sup> Należy odnieść się do właściwego poziomu PRK 6-8 zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji

<sup>3</sup> Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – zgodnie z rozporządzeniem 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.

K_W05	Ma wiedzę o normach i regułach obowiązujących w PR, marketingu i reklamie	P6U_W	P6S_WG
K_W06	Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej w zakresie public relations i marketingu medialnego, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	P6U_W	P6S_WK
K_W07	Zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji w zakresie public relations i marketingu medialnego	P6U_W	P6S_WK
	Zna zasady prowadzenia kampanii public relations	P6_W	P6S_WK
	<b>UMIĘTNOŚCI</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>
K_U01	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do praktycznego analizowania kampanii public relations, reklamowych i marketingowych, poprzez właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących oraz poprzez stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych	P6U_U	P6S_UW
K_U02	Potrafi prognozować praktyczne skutki konkretnych kampanii PR i marketingowych (szczególnie w sytuacjach kryzysowych)	P6U_U	P6S_UW
K_U03	Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w zakresie specjalisty ds. komunikacji z mediami	P6U_U	P6S_UW
K_U04	Posiada umiejętność analizy proponowanego rozwiązania konkretnych problemów w pracy specjalisty PR, marketingu medialnego i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie	P6U_U	P6S_UW
K_U05	Posiada umiejętność wdrażania proponowanych rozwiązań w praktyce, szczególnie w zakresie tworzenia strategii marketingowych i PR dla konkretnych firm	P6U_U	P6S_UW
K_U06	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych, niezbędnych do wykonywania zawodów związanych z PR i marketingiem medialnym	P6U_U	P6S_UW
K_U07	Posiada umiejętności komunikowania się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii z zakresu public relations i marketingu medialnego	P6U_U	PS6_UK
K_U08	Potrafi brać udział w debacie z zakresu public relations i marketingu medialnego, a także przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich	P6U_U	PS6_UK
K_U09	Potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz potrafi współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych	P6U_U	PS6_UO
K_U10	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	P6U_U	PS6_UU
	<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	<b>Kod składnika opisu</b>	<b>Kod składnik opisu</b>

K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i rozumie potrzebę ciągłego aktualizowania i poszerzania wiedzy w zakresie PR i marketingu medialnego	P6U_K	P6S_KK
K_K02	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inicjowania i współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego i na rzecz interesu publicznego - potrafi współpracować i pracować w grupie przyjmując w niej różne role (w dziale PR, marketingu, reklamy)	P6U_K	P6S_KO
K_K03	Jest gotów do odpowiedniego określania priorytetów służących realizacji określonego zadania (także w zakresie tworzenia kampanii PR i marketingowych oraz prowadzenia własnej agencji PR)	P6U_K	P6S_KK
K_K04	Jest gotów do prawidłowej identyfikacji i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu specjalisty PR i marketingu medialnego	P6U_K	P6S_KK
K_K05	Jest gotów do uczestniczenia w przygotowywaniu i upowszechnianiu wyników projektów UE (także o profilu dziennikarskim)	P6U_K	P6S_KK
K_K06	Jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P6U_K	P6S_KO
K_K07	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dba o dorobek i tradycje zawodu	P6U_K	P6S_KR