

<b>KOMUNIKACJA SPOŁECZNA</b>	
<b>Poziom kształcenia</b>	studia pierwszego stopnia
<b>Język kształcenia</b>	polski
<b>Profil kształcenia</b>	ogólnoakademicki
<b>Forma studiów</b>	studia stacjonarne studia niestacjonarne
<b>Liczba semestrów</b>	6
<b>Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów</b>	180 ECTS
<b>Liczba godzin</b>	studia stacjonarne –1898 h studia niestacjonarne – 950 h
<b>Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta</b>	licencjat
<b>Przyporządkowanie do właściwej dziedziny nauki</b>	nauki społeczne
<b>Dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się</b>	ekonomia i finanse (dyscyplina wiodąca) – 51% nauki o komunikacji społecznej i mediach – 40% nauki o zarządzaniu i jakości – 9%
<b>Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia</b>	90 ECTS
<b>Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów</b>	wykaz znajduje się w elektronicznym systemie dostępnym pod adresem <a href="https://ue.e-sylabus.pl">https://ue.e-sylabus.pl</a>
<b>Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie cyklu kształcenia</b>	egzamin, prace kontrolne, projekty, aktywność, gry strategiczne i komunikacyjne, symulacje komunikacyjne i biznesowe, praca własna studenta
<b>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk</b>	program studiów nie przewiduje odbywania praktyk zawodowych przez studentów
<b>Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych</b>	6

Program studiów umożliwi studentowi wybór zajęć, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30 % punktów ECTS tj. 54 ECTS.

Program studiów obejmuje zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS tj. 90 ECTS i uwzględnia udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności.

## Efekty uczenia się na kierunku *Komunikacja społeczna*

Kod efektu uczenia się (kierunek)	Efekty uczenia się Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku studiów <b>Komunikacja społeczna</b> absolwent:	Odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji
<b>WIEDZA</b>		
K_W01	w zaawansowanym stopniu zna podstawy teoretyczne i najnowsze koncepcje komunikacji społecznej oraz jej powiązania z teoriami i współczesnymi nurtami w ekonomii.	P6S_WG
K_W02	ma zaawansowaną wiedzę o podstawowych kategoriach ekonomicznych, finansowych i społecznych w odniesieniu do praktyki gospodarczej i rynku pracy.	P6S_WG
K_W03	w zaawansowanym stopniu zna teorie i zagadnienia kluczowe dla zrozumienia znaczenia komunikacji społecznej w dyscyplinie ekonomia i finanse.	P6S_WG
K_W04	ma zaawansowaną wiedzę o specyfice, ekonomicznych i finansowych uwarunkowaniach rozwoju oraz funkcjonowania rynku mediów.	P6S_WK
K_W05	w zaawansowanym stopniu zna teorie, koncepcje i uwarunkowania relacji pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach oraz modele komunikowania społecznego pomiędzy podmiotami tych sektorów.	P6S_WG
K_W06	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie skutki procesu transformacji cyfrowej i rozwoju narzędzi informacyjno-komunikacyjnych oraz ich znaczenie dla efektywnej komunikacji społecznej we współczesnych gospodarkach, organizacjach i biznesie.	P6S_WG
K_W07	ma zaawansowaną wiedzę niezbędną do zrozumienia różnych metod, technik i narzędzi analiz empirycznych oraz o możliwościach ich stosowania w zakresie komunikacji społecznej i ekonomii.	P6S_WG
K_W08	ma zaawansowaną wiedzę o technikach autoprezentacji, publicznego komunikowania wiedzy i informacji oraz wywierania wpływu społecznego, a także rozumie ich znaczenie w komunikacji interpersonalnej, instytucjonalnej, strategicznej, wizerunkowej i biznesie.	P6S_WG
K_W09	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawy ekonomiczne, finansowe, prawne, społeczne i etyczne planowania, podejmowania i wykonywania różnych rodzajów działalności gospodarczej i zawodowej, w tym na rynku mediów i w branży kreatywnej.	P6S_WG P6S_WK
K_W010	w zaawansowanym stopniu zna i rozumie znaczenie wiedzy o komunikacji społecznej w podejmowaniu i rozwoju biznesu oraz jego relacjach z otoczeniem i mediami.	P6S_WG
K_W011	w zaawansowanym stopniu zna zakres nauk społecznych oraz humanistycznych i rozumie znaczenie tej wiedzy dla efektywnej komunikacji społecznej oraz tworzeniu właściwego wizerunku na rynku pracy, w biznesie i relacjach z mediami.	P6S_WG P6S_WK

K_W012	w zaawansowanym stopniu zna najważniejsze problemy społeczne i dylematy współczesnej cywilizacji oraz ich uwarunkowania ekonomiczne, demograficzne, polityczne i kulturowe w skali mikro, makro i globalnej.	P6S_WG P6S_WK
K_W013	ma zaawansowaną wiedzę o normach społecznych i prawnych regulujących procesy społeczne i gospodarcze oraz związane z ochroną własności przemysłowej, intelektualnej i prawa autorskiego.	P6S_WG P6S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
K_U01	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu ekonomii i finansów oraz komunikacji społecznej do tworzenia trwałych, skutecznych i efektywnych relacji z otoczeniem oraz do formułowania i rozwiązywania problemów w tym zakresie.	P6S_UW
K_U02	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu dyscypliny ekonomia i finanse oraz dyscyplin powiązanych do formułowania i rozwiązywania problemów praktyki gospodarczej oraz wykonywania ekonomicznych zadań dotyczących komunikacji społecznej i mediów.	P6S_UW
K_U03	potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną oraz o metodach, technikach i narzędziach informacyjno-komunikacyjnych do właściwego doboru źródeł oraz pozyskiwania, przetwarzania, interpretowania, przekazywania i wizualizowania informacji z nich pochodzących.	P6S_UW P6S_UK
K_U04	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę teoretyczną, analityczną i technologiczną do krytycznej analizy i oceny oraz przetwarzania modeli współpracy i komunikowania różnych jednostek, zespołów, organizacji i instytucji, a także identyfikowania i rozwiązywania problemów w tym zakresie.	P6S_UW P6S_UK
K_U05	potrafi zaplanować i podjąć optymalne inwestycje i projekty biznesowe, a także założyć i prowadzić przedsiębiorstwo mediowe w branży kreatywnej i na rynku mediów.	P6S_UW
K_U06	potrafi profesjonalnie prezentować się oraz brać udział w debacie naukowej z użyciem adekwatnych technik komunikacyjnych oraz specjalistycznej terminologii z zakresu dyscypliny ekonomia i finanse i dyscyplin powiązanych.	P6S_UK
K_U07	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią.	P6S_UK
K_U08	posiada umiejętność organizowania i wykonywania pracy indywidualnej oraz zespołowej, a jednocześnie doskonalenia komunikacji w zespole i z otoczeniem na rzecz efektywnego wykonywania interdyscyplinarnych zadań i projektów.	P6S_UO
K_U09	potrafi doskonalić swoją wiedzę i planować własny rozwój, a także rozwój współpracowników.	P6S_UU
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_K01	jest gotów do ciągłego doskonalenia posiadanej wiedzy, formułowania krytycznych ocen i odbieranych treści.	P6S_KK
K_K02	jest gotów do stałego weryfikowania własnej wiedzy, w tym regularnego komunikowania się z ekspertami i zasięgania ich opinii przy poszukiwaniu optymalnych rozwiązań bieżących problemów poznawczych i praktycznych oraz do doskonalenia komunikacji społecznej ze współpracownikami i interesariuszami.	P6S_KK

K_K03	jest przygotowany do działań odpowiedzialnych społecznie w organizacjach oraz ich komunikowania z otoczeniem, a także współorganizowania i inicjowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego.	P6S_KO
K_K04	jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i kreatywny.	P6S_KO
K_K05	jest gotów do odpowiedzialnego podejmowania i pełnienia ról zawodowych, zgodnie ze statusem prawnym i zasadami etycznymi.	P6S_KR

	2023/2024 - 2025/2026	Liczba egz.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
	KOMUNIKACJA SPOŁĘCZNA I STOPIEŃ		Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
Data zatwierdzenia:	zima 2023/2024 - Semestr 1	4	334	199	105	30	0	180	108	56	16	0	30
	lato 2023/2024 - Semestr 2	4	345	135	210	0	0	172	72	100	0	0	30
	zima 2024/2025 - Semestr 3	2	345	135	195	15	0	172	72	92	8	0	30
	lato 2024/2025 - Semestr 4	2	364	135	195	34	0	168	72	76	20	0	30
	zima 2025/2026 - Semestr 5	0	300	75	150	45	30	147	40	68	24	15	30
	lato 2025/2026 - Semestr 6	0	210	90	30	60	30	111	64	0	32	15	30

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
<b>SEKCJA I. PRZEDMIOTY PODSTAWOWE - OBOWIĄZKOWE</b>														
	Wprowadzenie do mikroekonomii	I	E	30	15	15			16	8	8			3
	Wprowadzenie do makroekonomii	II	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Finanse	II	E	30	15	15			16	8	8			3
	Rachunkowość	II	E	30	15	15			16	8	8			3
	Zarządzanie	II	E	60	30	30			32	16	16			6
	Podstawy matematyki	I	E	30	15	15			16	8	8			3
	Prawo	I	Z	30	30				16	16				3
	Technologie informacyjne	I	Z	30			30		16			16		3
	Metodyka badań naukowych	IV	Z	15	15				8	8				2
<b>RAZEM SEKCJA I</b>				<b>285</b>	<b>150</b>	<b>105</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>152</b>	<b>80</b>	<b>56</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>29</b>

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
<b>SEKCJA II. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE - OBOWIĄZKOWE</b>														
	Socjologia	I	E	45	30	15			24	16	8			3
	Filozofia umysłu i komunikacji	I	E	30	30				16	16				2
	Komunikacja interpersonalna	I	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	II	Z	30	15	15			16	8	8			2
	Demografia społeczno-ekonomiczna	I	Z	45	30	15			24	16	8			3
	Rynek pracy	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Nauki o polityce	II	E	30	15	15			16	8	8			3
	Polityka społeczna	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Kapitał społeczny	II	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Ekonomia behawioralna	III	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Komunikacja międzypokoleniowa	III	E	30	15	15			16	8	8			4
	Dostępność informacji	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Badania empiryczne	V	Z	30		15	15		16		8	8		3
	Global Social Problems	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
<b>RAZEM SEKCJA II</b>				<b>450</b>	<b>240</b>	<b>180</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>240</b>	<b>128</b>	<b>96</b>	<b>16</b>	<b>0</b>	<b>42</b>
<b>SEKCJA III. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE</b>														
	Ekonomia wartości	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Gospodarka cyfrowa	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Rynek prasowy i medialny	IV	Z	45	30	15			24	16	8			3
	Socjotechnika	II	Z	45	15	30			24	8	16			3
	Komunikacja marketingowa	III	E	60	30	30			32	16	16			4
	Metody rozwiązywania konfliktów	III	Z	45	15	30			24	8	16			3
	Public Relations	IV	E	45	30	15			24	16	8			3
	Programy i kampanie społeczne	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Marketing polityczny i wyborczy	IV	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Planowanie i ocena inwestycji	IV	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Inwestycje społeczne	IV	E	45	15	30			24	8	16			3
	Zachowania nabywców	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Big Data i zastosowanie języka SQL	IV	Z	30			30		16			16		4
	Wizualizacja danych	V	Z	30			30		16			16		4
<b>RAZEM SEKCJA III</b>				<b>525</b>	<b>225</b>	<b>240</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>280</b>	<b>120</b>	<b>128</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>47</b>

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
<b>SEKCJA IV. PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE</b>														
	Przedmiot specjalnościowy	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Przedmiot specjalnościowy	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Przedmiot specjalnościowy	VI	Z	30			30		16			16		4
<b>RAZEM SEKCJA IV</b>				<b>210</b>	<b>90</b>	<b>60</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>112</b>	<b>48</b>	<b>32</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>22</b>
<b>SEKCJA V. PRZEDMIOTY HUMANISTYCZNE I SPOŁECZNE</b>														
	Przedmiot humanistyczny I	VI	Z	30	15	15			16	16				3
	Przedmiot humanistyczny II	VI	Z	30	15	15			16	16				3
	Przedmiot społeczny I	VI	Z	15	15				8	8				1
	Przedmiot społeczny II	VI	Z	15	15				8	8				1
<b>RAZEM SEKCJA V</b>				<b>90</b>	<b>60</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>48</b>	<b>48</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
<b>SEKCJA VI. PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE - OBOWIĄZKOWE</b>														
	Elektroniczne źródła informacji naukowej	IV	z	4			4		4			4		0
	Bezpieczeństwo i higiena pracy	I	z	4	4				4	4				0
	Wychowanie fizyczne	IV	z	30		30			0					0
	Wychowanie fizyczne	V	z	30		30			0					0
	Język obcy I - język angielski - S1	II	Z	30		30			0					2
	Język obcy I - język angielski - S1	III	Z	30		30			0					2
	Język obcy I - język angielski - S1	IV	Z	30		30			0					2
	Język obcy I - język angielski - N1	II	Z	0					20		20			4
	Język obcy I - język angielski - N1	III	Z	0					20		20			4
	Język obcy I - język angielski - N1	IV	Z	0					20		20			4
	Język obcy I - język angielski - N1	V	Z	0					20		20			2
	Język obcy II - S1	II	Z	30		30			0					2
	Język obcy II - S1	III	Z	30		30			0					2
	Język obcy II - S1	IV	Z	30		30			0					2
	Język obcy II - S1	V	Z	30		30			0					2
	Seminarium dyplomowe	V	z	30				30	15				15	6
	Seminarium dyplomowe	VI	z	30				30	15				15	6
	Praca dyplomowa	VI	z											6
<b>RAZEM SEKCJA VI</b>				<b>338</b>	<b>4</b>	<b>270</b>	<b>4</b>	<b>60</b>	<b>118</b>	<b>4</b>	<b>80</b>	<b>4</b>	<b>30</b>	<b>32</b>
<b>RAZEM LICZBA GODZIN NA KIERUNKU</b>				<b>1898</b>	<b>769</b>	<b>885</b>	<b>184</b>	<b>60</b>	<b>950</b>	<b>428</b>	<b>392</b>	<b>100</b>	<b>30</b>	<b>180</b>

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zal.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	

### SZCZEGÓŁOWY WYKAZ SPECJALNOŚCI

#### Komunikacja wizerunkowa

	Prawo autorskie w komunikacji społecznej	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Psychologia wizerunku i Professional Image	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Social Media w biznesie	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Projekt eventowy	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Blog jako narzędzie komunikowania z otoczeniem	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Fotografia i film wizerunkowy	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Infografika	VI	Z	30			30		16			16		4

#### Ekonomia mediów

	Prawo medialne	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Relacje z mediami	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Ekonomia przedsiębiorstwa mediowego	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Media w branży kreatywnej	V	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Modele inwestycyjne w mediach społecznościowych	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Projekt medialny	VI	Z	30	15		15		16	8		8		3
	Infografika	VI	Z	30			30		16			16		4