

KOMUNIKACJA SPOŁECZNA	
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Język kształcenia	polski
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Forma studiów	studia stacjonarne studia niestacjonarne
Liczba semestrów	4
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120 ECTS
Liczba godzin	studia stacjonarne – 919 h studia niestacjonarne – 514 h
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	magister
Przyporządkowanie do właściwej dziedziny nauki	nauki społeczne
Dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się	ekonomia i finanse (dyscyplina wiodąca) –51% komunikacja społeczna i media 40% nauki o zarządzaniu i jakości –9%
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	60 ECTS
Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia, wraz z przypisaniem do nich efektów uczenia się i treści programowych zapewniających uzyskanie tych efektów	wykaz znajduje się w elektronicznym systemie dostępnym pod adresem https://ue.e-sylabus.pl
Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie cyklu kształcenia	egzamin, prace kontrolne, projekty, aktywność, gry strategiczne i komunikacyjne, symulacje komunikacyjne i biznesowe, praca własna studenta
Wymiar, zasady i formę odbywania praktyk zawodowych oraz liczbę punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	program studiów nie przewiduje odbywania praktyk zawodowych przez studentów
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5

Program studiów umożliwi studentowi wybór zajęć, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze nie mniejszym niż 30 % punktów ECTS tj. 36 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. 60 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 drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku studiów Komunikacja społeczna absolwent:	Odniesienie do Polskiej Ramy Kwalifikacji
WIEDZA		
K_W01	w pogłębionym stopniu zna kluczowe teorie, koncepcje, klasyfikacje oraz miejsce ekonomii i komunikacji społecznej w systemie nauk.	P7S_WG
K_W02	w pogłębionym stopniu zna i rozumie trendy rozwojowe ekonomii, ich powiązania z komunikacją społeczną oraz znaczenie dla gospodarki, biznesu i rynku mediów.	P7S_WG
K_W03	ma pogłębioną wiedzę o współczesnych wyzwaniach gospodarczych i społecznych oraz ich ekonomicznych, politycznych, kulturowych i komunikacyjnych uwarunkowaniach w skali mikro, makro i globalnej.	P7S_WG P7S_WK
K_W04	w pogłębionym stopniu zna teorie, koncepcje i uwarunkowania wyjaśniające istotę i znaczenia komunikowania pomiędzy sektorem publicznym, rynkowym i pozarządowym we współczesnych gospodarkach, a także w branży kreatywnej i z mediami.	P7S_WG P7S_WK
K_W05	w pogłębionym stopniu zna i rozumie współczesne metody, techniki i języki narracji wykorzystywane do skutecznego i efektywnego komunikowania z podmiotami gospodarczymi, publicznymi i medialnymi, a także wywierania wpływu na rzecz osiągania korzyści społecznych, ekonomicznych lub politycznych.	P7S_WG
K_W06	ma pogłębioną wiedzę o najnowszych narzędziach informacyjno-komunikacyjnych oraz możliwościach ich wykorzystania w tworzeniu właściwego wizerunku w biznesie oraz podejmowaniu działalności zarobkowej, głównie w branży kreatywnej i mediach.	P7S_WG
K_W07	w pogłębionym stopniu zna i rozumie znaczenie mechanizmów rynkowych oraz psychospołecznych w tworzeniu i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz komunikowania w aktualnych uwarunkowaniach gospodarczych, społecznych politycznych.	P7S_WG P7S_WK
K_W08	w pogłębionym stopniu zna i rozumie znaczenie norm prawnych, etycznych i społecznych podejmowania i wykonywania różnych rodzajów działalności gospodarczej i zawodowej, zwłaszcza w zakresie ochrony własności przemysłowej, intelektualnej i praw autorskich w mediach.	P7S_WG P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę z zakresu dyscypliny ekonomia i finanse do identyfikowania, formułowania i analizy złożonych i nietypowych hipotez lub problemów badawczych, a także tworzyć i przedstawiać innowacyjne rozwiązania.	P7S_UW
K_U02	potrafi wytwarzać, gromadzić i przetwarzać informacje społeczno-ekonomiczne oraz przedstawiać je w sposób twórczy i dostosowany do różnych odbiorców, przy wykorzystaniu różnych technologii, w tym baz danych, języka programowania oraz	P7S_UW

	narzędzi wizualizacyjnych i informacyjno-komunikacyjnych.	
K_U03	potrafi wykorzystywać teoretyczną wiedzę społeczno-ekonomiczną do tworzenia i rozwoju trwałych, skutecznych, efektywnych i odpowiedzialnych społecznie relacji z otoczeniem, zwłaszcza biznesem, instytucjami publicznymi i mediami.	P7S_UW
K_U04	potrafi wykorzystać wiedzę o komunikowaniu się słownym, obrazowym i zachowawczym w komunikacji wizerunkowej oraz do skutecznego przetwarzania i przekazywania informacji różnym odbiorcom w biznesie i mediach.	P7S_UK
K_U05	potrafi komunikować się na specjalistyczne tematy z zakresu ekonomii i finansów oraz dyscyplin powiązanych z różnymi kręgami odbiorców oraz prowadzić debatę naukową i publicystyczną.	P7S_UK
K_U06	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią.	P7S_UK
K_U07	posiada umiejętność organizowania i wykonywania pracy indywidualnej oraz zespołowej, a jednocześnie podejmować rolę lidera.	P7S_UO
K_U08	potrafi doskonalić swoją wiedzę naukową i planować własny rozwój, a także skłaniać do tego współpracowników i inne osoby w otoczeniu.	P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i jej ciągłego doskonalenia, a także konstruktywnej krytyki odbieranych treści	P7S_KK
K_K02	jest gotów do stałego uzupełniania 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	P7S_KK
K_K03	jest przygotowany do działań odpowiedzialnych społecznie w organizacjach oraz ich komunikowania z otoczeniem, a także podejmowania i inspirowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K04	jest przygotowany do myślenia, działania i inicjowania działalności innych w sposób przedsiębiorczy i kreatywny	P7S_KO
K_K04	jest gotów do odpowiedzialnego podejmowania i pełnienia ról zawodowych, zgodnie ze statusem prawnym, zasadami etycznymi i tradycjami wykonywanego zawodu oraz podejmowania działań na rzecz rozwoju i ochrony tych wartości	P7S_KR

	2023/2024 - 2024/2025	Liczba egz.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
	KOMUNIKACJA SPOŁECZNA II STOPIEŃ		Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
Data zatwierdzenia:	zima 2023/2024 - Semestr 1	3	274	154	120	0	0	160	84	76	0	0	30
	lato 2023/2024 - Semestr 2	3	225	90	90	45	0	132	48	60	24	0	30
	zima 2024/2025 - Semestr 3	0	240	105	75	30	30	127	64	32	16	15	30
	lato 2024/2025 - Semestr 4	0	180	75	45	30	30	95	40	24	16	15	30

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zał.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SEKCJA I. PRZEDMIOTY PODSTAWOWE - OBOWIĄZKOWE														
	Metodologia badań naukowych	I	Z	15	15				8	8				2
RAZEM SEKCJA I				15	15	0	0	0	8	8	0	0	0	2
SEKCJA II. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE - OBOWIĄZKOWE														
	Wiedza o gospodarce rynkowej	I	E	30	30				16	16				3
	Megatrendy gospodarcze a interesariusze	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Ekonomia sektora publicznego	I	E	30	15	15			16	8	8			3
	Globalne problemy społeczne	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Psychologia biznesu	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Komunikacja interkulturowa	I	E	30	15	15			16	8	8			4
	Komunikacja na rynkach finansowych	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Reżimy polityczne XXI wieku i ich wpływ na prowadzenie biznesu	II	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Biznes międzynarodowy	II	E	30	15	15			16	8	8			4
	Strategie biznesu	II	E	30	15	15			16	8	8			4
	Etykieta w biznesie	I	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Komunikacja strategiczna	II	Z	30	15	15			16	8	8			4
	Communication Design	III	Z	30	30				16	16				3
RAZEM SEKCJA II				390	225	165	0	0	208	120	88	0	0	45

Kod przedmiotu (wypełnia dziekanat)	Nazwa przedmiotu	Sem.	Forma zał.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
				Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
SEKCJA III. PRZEDMIOTY KIERUNKOWE														
	Komunikacja biznesu z otoczeniem	II	Z	30	15		15		16	8		8		4
	Społeczna odpowiedzialność organizacji	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Marketing międzynarodowy	II	E	30	15	15			16	8	8			4
	Polityczne Public Relations	IV	Z	30	30				16	16				3
	Storytelling	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Podstawy programowania w języku Python	II	Z	30			30		16			16		4
	Zaawansowana prezentacja danych	III	Z	30			30		16			16		4
RAZEM SEKCJA III				210	90	45	75	0	112	48	24	40	0	25
SEKCJA IV. PRZEDMIOTY SPECJALNOŚCIOWE														
	Przedmiot specjalnościowy	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Przedmiot specjalnościowy	IV	Z	30			30		16			16		4
RAZEM SEKCJA IV				180	75	75	30	0	96	40	40	16	0	19
SEKCJA V. PRZEDMIOTY HUMANISTYCZNE														
	Przedmiot humanistyczny	III	Z	30	15	15			16	16				5
RAZEM SEKCJA V				30	15	15	0	0	16	16	0	0	0	5
SEKCJA VI. PRZEDMIOTY OGÓLNOUCZELNIANE - OBOWIĄZKOWE														
	Bezpieczeństwo i higiena pracy	I	z	4	4				4	4				0
	Język obcy I (S2 - j. ang.)	I	Z	15		15			20		20			2
	Język obcy I (S2 - j. ang.)	II	Z	15		15			20		20			2
	Seminarium magisterskie	III	z	30			30		15			15		6
	Seminarium magisterskie	IV	z	30			30		15			15		6
	Praca magisterska	IV	z											8
RAZEM SEKCJA VI				94	4	30	0	60	74	4	40	0	30	24
RAZEM LICZBA GODZIN NA KIERUNKU				919	424	330	105	60	514	236	192	56	30	120

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 w biznesie

	Ochrona danych osobowych i własności intelektualnej	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Design Thinking jako metoda budowania innowacji	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Personal Branding w komunikacji z biznesem	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Employer Branding	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Product Design	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Narzędzia Business Intelligence i infografika dla zaawansowanych	IV	Z	30			30		16			16		4

Dziennikarstwo ekonomiczne

	Status prawny dziennikarza	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Komunikacja zagadnień ekonomicznych	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Media Relations i rynek mediów	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Dyskursy mediów	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Retoryka i erystyka w komunikacji medialnej	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
	Narzędzia Business Intelligence i infografika dla zaawansowanych	IV	Z	30			30		16			16		4