

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) –56% komunikacja społeczna i media –31% nauki o zarządzaniu i jakości –13%
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 umożliwia 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 znaczenie 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 osiągnięcia 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, kulturowych i 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_K05	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

2024/2025 - 2025/2026 KOMUNIKACJA SPOŁECZNA II STOPIEŃ	Liczba egz.	Studia stacjonarne					Studia niestacjonarne					E C T S
		Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	Liczba godzin	W	Ć	Ć-K	S	
zima 2024/2025 - Semestr 1	3	274	154	120	0	0	160	84	76	0	0	30
lato 2024/2025 - Semestr 2	3	225	90	90	45	0	132	48	60	24	0	30
zima 2025/2026 - Semestr 3	0	240	105	75	30	30	127	64	32	16	15	30
lato 2025/2026 - Semestr 4	0	180	75	45	30	30	95	40	24	16	15	30

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	
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
Gospodarka kreatywna	I	E	30	15	15			16	8	8			3
Komunikacja na rynkach finansowych	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
Globalne problemy społeczne	I	Z	30	15	15			16	8	8			3
Komunikacja w polityce społecznej	II	Z	30	15	15			16	8	8			4
Media relations i rynek mediów	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

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	
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
Zastosowanie języka Python w Big Data	II	Z	30			30		16			16		4
Infografika dla zaawansowanych	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	14
Praca magisterska	IV	z											0
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

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
Branding	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 zaawansowana prezentacja danych	IV	Z	30			30		16			16		4

Social media marketing

Prawo w mediach społecznościowych	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
E-marketing	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
Personal Branding	III	Z	30	15	15			16	8	8			3
Reklama w mediach społecznościowych	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
Projekt medialny	IV	Z	30	15	15			16	8	8			3
Narzędzia CMS w budowie stron internetowych	IV	Z	30			30		16			16		4