

UNIWERSYTET KARDYNAŁA STEFANA WYSZYŃSKIEGO W WARSZAWIE
WYDZIAŁ TEOLOGICZNY
EFEKTY KSZTAŁCENIA DA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH
KOMUNIKACJA W BIZNESIE
poziom studiów: studia podyplomowe

Nazwa kierunku i kod programu wg USOS	Podyplomowe studia KOMUNIKACJA W BIZNESIE
Poziom kształcenia	Studia podyplomowe
Profil kształcenia	
Forma studiów	podyplomowe
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	
Obszar/-y kształcenia	Nauki humanistyczne, nauki społeczne
Dziedzina nauki i dyscyplina naukowa	Dziedzina nauk humanistycznych (75%), Dziedzina nauk społecznych (25%) Dyscypliny: w dziedzinie nauk humanistycznych – nauki o zarządzaniu w dziedzinie nauk społecznych – nauki o mediach
Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych na uczelni	Nie istniały dotąd studia dedykowane komunikacji w biznesie, obejmujące odrębnie zagadnienia marketingu, reklamy i <i>public relations</i> . Program studiów podyplomowych koreluje z programem studiów stacjonarnych II stopnia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Stanowi pogłębioną realizację wybranych efektów kształcenia przyjętych dla w/w kierunku.
Liczba uzyskanych punktów ECTS konieczna dla uzyskania tytułu zawodowego	60

Symbol	Po ukończeniu studiów podyplomowych absolwent:	Odniesienie do obszarowych efektów kształcenia:
WIEDZA		
KWB_W01	Posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z reklamą, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej, również w mediach społecznościowych.	
UMIEJĘTNOŚCI		
KWB_U01	Posiada dogłębną umiejętność rozróżniania narzędzi marketingu, promocji i reklamy oraz planowania mediów, umiejętność posługiwania się narzędziami marketingu, umiejętność stworzenia briefu reklamowego i przygotowania kampanii reklamowej.	
KWB_U02	Biegłe stosuje zasady etyczne i prawne w zakresie reklamy, <i>public relations</i> i marketingu.	

KWB_U03	Posiada rozszerzone umiejętności w zakresie zarządzania projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach, a także działalności marketingowej i <i>public relations</i> na rzecz ww. instytucji.	
KWB_U04	Posiada rozszerzone umiejętności w dziedzinie komunikacji, marketingu i <i>public relations</i> w kontekście zarządzania wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy.	
KWB_U05	Biegłe wykorzystuje techniki komunikowania właściwe dla Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych dla celów reklamowych, marketingowych i związanych z <i>public relations</i> instytucji.	
KOMPETENCJE		
KWB_K01	Ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza niepowtarzalne kierunki własnego rozwoju i kształcenia, potrafi także inspirować i organizować przedsięwzięcia z zakresu marketingu, reklamy i <i>public relations</i> .	
KWB_K02	Docenia znaczenie nauk o mediach ze szczególnym uwzględnieniem marketingu, reklamy i <i>public relations</i> dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności.	
KWB_K03	Ma głębokie i utrwalone przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania zasad etyki zawodowej w zakresie działań marketingowych, reklamowych i związanych z <i>public relations</i> .	