



## PROGRAM KSZTAŁCENIA

1.	<b>nazwa kierunku</b>	<b>komunikacja promocyjna i kryzysowa</b>
1a	Nazwa kierunku w języku angielskim	<b>Promotional and Crisis Communication</b>
2.	poziom kształcenia	<b>pierwszy</b>
3.	profil kształcenia	<b>praktyczny</b>

## Efekty kształcenia

4.	opis zakładanych efektów kształcenia	załącznik nr 1
5.	opis zakładanych efektów kształcenia związanych z kwalifikacjami uprawniających do wykonywania zawodu nauczyciela	
6.	opis zakładanych efektów kształcenia prowadzących do uzyskania kompetencji inżynierskich	
7.	wzorcowe efekty kształcenia	(nie dotyczy – w rozporządzeniu z dn. 4 XI 2011 MNiSW nie przedstawiło wzorcowych efektów kształcenia dla kierunku: komunikacja promocyjna i kryzysowa)

## Program studiów

8.	związek kierunku studiów ze strategią rozwoju, w tym misją uczelni	<p>Komunikacja promocyjna i kryzysowa to kierunek promujący te obszary wiedzy i typy działań praktycznych, które dotyczą szeroko rozumianej komunikacji społecznej. Właściwie kształtowana komunikacja społeczna jest dziś nieodzownym elementem formowania poprawnych stosunków między podmiotami funkcjonującymi w sferze publicznej. Taka komunikacja wymaga jednak wykształconych kadr, posiadających wiedzę gruntowną na temat zasad komunikowania publicznego, mechanizmów przepływu informacji, zasad kreowania informacji, a także mechanizmów oddziaływania na podmioty społeczne poprzez właściwie kształtowaną i właściwie zarządzaną komunikację, również w sytuacjach kryzysowych (warunkowanych sytuacyjnie czy biologicznie).</p> <p>Założenia programowe i naukowe kierunku <i>komunikacja promocyjna i kryzysowa</i> ściśle wiąże się z wizją Uniwersytetu Śląskiego. Obszary rozwoju kierunku uwzględniają główne zadania kluczowe, cele strategiczne i operacyjne, typy działań określone przez dokument <i>Strategia rozwoju Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na lata 2012 – 2020</i>.</p> <p>Zadania kluczowe na kierunku obejmują cztery wytyczone cele strategiczne Uniwersytetu:</p>
----	--	---



1. dbałość o poziom prowadzonych badań naukowych i mocne zespoły badawcze;
2. zwiększenie i doskonalenie innowacyjnych, nowoczesnych form kształcenia i oferty dydaktycznej;
3. zintensyfikowanie i poszerzenie współpracy z otoczeniem, z uczelniami zagranicznymi;
4. systemowe zarządzanie kierunkiem na Wydziale zgodnie z systemowym zarządzaniem Uniwersytetem.

Realizacja tych celów pozwoli na wyzwalenie potencjału pracowników i studentów, stworzenie jak najlepszych warunków edukacji i prowadzenia badań naukowych.

*Komunikacja promocyjna i kryzysowa to kierunek, którego cechy: otwartość, nowoczesność oraz kreatywność są zbieżne z priorytetami europejskimi obszaru szkolnictwa wyższego i nauki. Wyposażamy absolwentów w wiedzę i umiejętności zwiększające ich szansę na zadowalającą karierę zawodową, a jednocześnie kształtujemy postawy obywatelskie i prospołeczne.*

Strategie rozwoju kierunku *komunikacja promocyjna i kryzysowa* w kontekście celów strategicznych Uniwersytetu Śląskiego obejmują:

- Cel strategiczny 1: *Silne zespoły badawcze i badania naukowe na światowym poziomie*, w tym dotyczący: wspierania rozwoju naukowego pracowników, stwarzania warunków i możliwości do jak najwyższego rozwoju poziomu naukowego jednostek, kładzenie nacisku na rozwój prac rozwojowych, współpracy z innymi jednostkami naukowym w Polsce i na świecie.

- Cel strategiczny 2: *Innowacyjne kształcenie i nowoczesna oferta dydaktyczna*, m.in. w zakresie: realizacji idei kształcenia ustawicznego i innowacyjnego wobec studentów; wyposażenia studentów w wiedzę i umiejętności specjalistyczne zgodne z kierunkiem studiów oraz możliwościami jej poszerzenia w toku dalszego kształcenia; realizacji studiów na kierunku zgodnie z zasadami organizacyjnymi i programowymi KRK; wykorzystania nowych technologii w procesie kształcenia; zapewnienia wysokiej jakości kształcenia; wspierania



merytorycznego, psychologicznego i socjalnego studentów;

- Cel strategiczny 3: *Aktywne współdziałanie uczelni z otoczeniem*, m.in. dotyczący: współpracy ze różnymi podmiotami gospodarczymi (agencjami reklamowymi i piarowskimi, przedsiębiorstwami zatrudniającymi rzeczników i specjalistów od komunikacji promocyjnej), jednostkami samorządowymi, placówkami i instytucjami kulturalnymi, kulturalno-oświatowymi i innymi; współdziałania i koordynacji działań z partnerami zewnętrznymi w celu upowszechnienia i stosowania w praktyce wyników badań naukowych; obejmowania mecenatem oraz patronami honorowymi przedsięwzięć organizowanych w regionie i kraju; stała współpraca III sektorem, czyli fundacjami i stowarzyszeniami o zasięgu regionalnym, krajowym i międzynarodowym; kreowanie pozytywnego wizerunku kierunku w mediach i budowanie świadomości marki w otoczeniu zewnętrznym.

- Cel strategiczny 4: *Systemowe zarządzanie uczelnia*, m.in. dotyczący: planowania średnio- i długookresowego działań rozwoju kierunku; pozyskiwania dotacji i grantów na rozwijanie działalności kierunku oraz ich sprawne realizowanie; dbałość o kulturę organizacyjną kierunku na Wydziale w Uczelni; planowanie kapitału ludzkiego; zwiększenia poziomu samoobsługi kandydatów, studentów i pracowników z wykorzystaniem usług dostępnych w Internecie; opracowania planu rozwoju i modernizacji bazy do realizacji dydaktyki

Oferta dydaktyczna umożliwia studentom komunikacji promocyjnej i kryzysowej udział w życiu zarówno naukowym, jaki i kulturalnym Uczelni, uwzględnia indywidualizowanie programów kształcenia i wspiera ich współpracę z krajowymi i zagranicznymi uczelniami oraz ośrodkami naukowo-badawczymi, gwarantując jednocześnie wysoką jakość kształcenia. Ucząc nowoczesnie i atrakcyjnie, kształtując twórcze i innowacyjne postawy, poczucie odpowiedzialności za słowo, a także za region i



		kraj, otwierając edukację wyższą na najbliższe otoczenie, a także na globalizujący się świat, gwarantując jednocześnie wysoką jakość kształcenia, wypełniamy misję Uniwersytetu Śląskiego, zobowiązując środowisko akademickie do przestrzegania najwyższych wartości, aktywnego udziału w życiu społecznym, powiększania dorobku Uczelni i dbałości o jej dobre imię.
9.	forma studiów	stacjonarne
10.	liczba semestrów	6
11.	liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi studiów	180 ECTS
12.	obszar (albo obszary kształcenia), do którego kierunek jest przyporządkowany	obszar nauk humanistycznych, obszar nauk społecznych
13.	procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdego z obszarów kształcenia do którego odnoszą się efekty kształcenia w łącznej liczbie punktów ECTS	obszar nauk humanistycznych: 81% obszar nauk społecznych: 19%
14.	dziedziny nauki lub sztuki i dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty kształcenia	językoznawstwo (42%), literaturoznawstwo (16%) kulturoznawstwo (8%), nauki o zarządzaniu (8 %), nauki o sztuce (7%), psychologia (7 %), nauki o mediach (6%), socjologia (3 %), nauki o poznaniu i komunikacji społecznej (3 %)
15.	tytuł zawodowy	Licencjat na kierunku: <i>komunikacja promocyjna i kryzysowa</i>
16.	Specjalności	- komunikacja promocyjna ( <b>Promotional Communication</b> ) - doradztwo wizerunkowe i rzecznikostwo ( <b>Image Consulting and Spokesperson Education</b> ) - negocjacje kryzysowe ( <b>Crisis Negotiation</b> ) - poradnictwo logopedyczne ( <b>Counseling in Speech-Language Pathology</b> )
17.	opis modułów kształcenia (wraz z przypisaniem do każdego modułu zakładanych efektów kształcenia i liczby punktów ECTS oraz sposobami weryfikacji zakładanych efektów kształcenia osiągniętych przez studenta)	załącznik 2
18.	plan studiów	załącznik 3
19.	warunki wymagane do ukończenia studiów z określoną specjalnością	załącznik 3a
20.	organizacja procesu uzyskania dyplomu	załącznik 4
21.	procentowy udział liczby punktów ECTS uzyskiwanych w ramach wybieranych przez studenta modułów kształcenia w łącznej liczbie punktów ECTS	45 %



22.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów	180 ECTS
23.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauk podstawowych	65 ECTS
24.	łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych i projektowych	Komunikacja promocyjna: 95 pkt ECTS Doradztwo wizerunkowe i rzecznikostwo: 92 ECTS Negocjacje kryzysowe: 100 ECTS Poradnictwo logopedyczne: 95 ECTS
25.	minimalna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać, realizując moduły kształcenia oferowane na zajęciach ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów	3 ECTS
26.	minimalna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach z wychowania fizycznego	1 ECTS
27.	wymiar, zasady i forma odbywania praktyk	załącznik 5
28.	minimum kadrowe	załącznik 6
29.	proporcje minimum kadrowego do liczby studentów	9/75

#### Informacje dodatkowe

30.	ogólna charakterystyka kierunku	<p>Studia nastawione są na kształtowanie w studentach praktycznych umiejętności w zakresie wielowymiarowej komunikacji społecznej i wychodzą naprzeciw zapotrzebowaniu na właściwie przygotowane kadry rzeczników, negocjatorów i specjalistów od promocji, a także specjalistów zajmujących się mową i językiem w dyskursie zaburzonym. Studia kształcą umiejętność prowadzenia i kształtowania poprawnych stosunków między podmiotami funkcjonującymi w sferze publicznej poprzez dobrze zaplanowaną komunikację społeczną, a także przygotowują do prowadzenia diagnozy i terapii w przypadku zaburzeń mowy i języka jako elementu kultury i narzędzia komunikacji. Wymaga to kadr posiadających wiedzę gruntowną na temat zasad komunikowania publicznego, interpersonalnego i w grupie, mechanizmów przepływu informacji, zasad kreowania informacji, a także mechanizmów oddziaływania na podmioty społeczne poprzez właściwie kształtowaną i właściwie zarządzaną komunikację, jak również wiedzy i umiejętności dotyczącej profilaktyki, rozpoznania i pomocy osobom z zaburzeniami mowy i języka rozumianego jako element kultury i narzędzie komunikacji. Ponieważ we współczesnym świecie wyraźnie widać konflikty interesów ujawniających się w sposób konieczny i nieuchronny między podmiotami działającymi w sferze publicznej, studenci uczyć się będą rozwiązywania konfliktów poprzez działania negocjacyjne między rządami a społeczeństwem, między grupami</p>
-----	---------------------------------	--



		<p>społecznymi i grupami interesów, ale też konfliktów i zatargów ujawniających się w indywidualnych protestach, wreszcie negocjowania w sytuacjach zagrożenia życia. Znakiem współczesnych czasów jest także konieczność posiadania sprawności językowych i komunikacyjnych, co zostanie uwzględnione podczas realizacji treści dotyczących teorii i praktyki zaburzeń mowy.</p>
31.	ogólna charakterystyka specjalności	<p><b>Specjalność: komunikacja promocyjna</b> - kształci się na niej specjalistów-praktyków posiadających wiedzę oraz umiejętności praktycznego jej zastosowania w promowaniu towarów, usług i idei. Specjaliści znajdują zatrudnienie w agencjach reklamowych i piarowskich, w urzędach miasta, województwa i gminy - w działach promocji regionu; znajdują zatrudnienie w działach reklamowych redakcji, rozgłośni radiowych i sieci telewizyjnych; będą specjalistami w promowaniu usług turystycznych i promocji kultury; będą zatrudniani w firmach posiadających własne działy marketingu i promocji, gdzie będą niezbędni przy konstruowaniu kampanii promocyjnych lub ocenianiu kampanii sporządzanych przez agencje zewnętrzne; jako specjaliści w komunikacji społecznej mogą prowadzić negocjacje wewnątrz i na zewnątrz organizacji i spełniać funkcję rzecznika prasowego firmy lub organizacji oraz prowadzić działania PR wewnętrzne, zewnętrzne i kryzysowe. Dzięki wiedzy plastycznej i estetycznej może spełniać także rolę doradcy w tworzeniu graficznej identyfikacji firmy i organizacji. Absolwent będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy</p> <p><b>Specjalność: doradztwo wizerunkowe i rzecznikostwo</b> - kształci się na niej specjalistów od spraw komunikacji wewnątrz i na zewnątrz organizacji, firm i jednostek, specjalistów od zarządzania informacją, kreowania wizerunku firmy, budowania strategii informacyjnej firmy i organizacji oraz rozwiązywania sytuacji konfliktowych wewnątrz i na zewnątrz organizacji; rzecznicy prasowi prowadzić będą politykę informacyjną oraz doradztwo informacyjne, współdziałać z mediami lokalnymi, regionalnymi i ogólnopolskimi; rzecznik będzie miał umiejętność myślenia kreatywnego i tworzenia strategii komunikacyjnej każdej jednostki. Rzecznicy znajdują zatrudnienie w agencjach reklamowych i agencjach public relations, w jednostkach administracji państwowej wszystkich szczebli, w samorządach terytorialnych, firmach posiadających działy promocji, we własnych (prywatnych) firmach oraz agencjach</p>



promocyjnych, jako niezależni doradcy do spraw komunikacji społecznej i międzykulturowej. Absolwent będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy

**Specjalność: negocjacje kryzysowe** – kształci się na niej specjalistów z zakresu zarządzania organizacją, postrzegania, reagowania i zachowania się w sytuacjach kryzysowych, posiadających: wiedzę i umiejętności w zakresie efektywnego działania w sytuacjach kryzysowych, znajomość procedur zarządzania w sytuacjach kryzysowych, wiedzę z zakresu komunikacji społecznej w sytuacjach kryzysowych, ogólną wiedzę interdyscyplinarną z zakresu nauk społecznych, będzie potrafił wykorzystywać nowoczesne technologie informatyczne dla potrzeb redukcji eskalacji konfliktu. Student podczas studiów opanuje wszystkie aspekty komunikowania się w sytuacjach kryzysowych, tj. w zakresie przepływu informacji o charakterze służbowym / wewnętrznym (związanych z obiegiem informacji i procedurami reagowania kryzysowego), informacji zewnętrznych (publicznych); komunikacji ze sprawcą sytuacji kryzysowej (człowiekiem w kryzysie) oraz z ofiarą (klientem). Będzie posiadał wiedzę z zakresu zapobiegania zagrożeniom, w tym z zakresu polityki antyterrorystycznej, co pozwoli na organizowanie i prowadzenie szkoleń. Będzie przygotowany do udzielenia pierwszej pomocy emocjonalnej osobom w kryzysie, znał możliwości wykorzystania elementów PR skupionych na komunikacji interpersonalnej w zarządzaniu informacją w celu stworzenia efektywnego modelu komunikowania. Absolwent będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

**Specjalność: poradnictwo logopedyczne** – kształci się na niej specjalistów-praktyków posiadających wiedzę oraz umiejętności praktycznego jej zastosowania w przypadku zaburzeń komunikacji językowej u dzieci oraz promowania wysokiej jakości komunikacji interpersonalnej i wystąpień publicznych (logopedia medialna). Studia przygotowują do podjęcia szeroko rozumianej pracy diagnostyczno-profilaktyczno-terapeutycznej z dziećmi z zaburzeniami mowy i jej rozwoju, z trudnościami w uczeniu się, także w zakresie pracy z dzieckiem zdolnym. Odbyte w toku studiów praktyki logopedyczne umożliwiają zdobycie praktycznej wiedzy w zakresie diagnozowania i terapii



		<p>różnych zaburzeń mowy oraz prowadzenia treningów/coachingów w zakresie podnoszenia kompetencji interpersonalnych, autoprezentacji i wystąpień publicznych.</p> <p>Specjaliści znajdą zatrudnienie w przedszkolach, szkołach i innych placówkach oświatowych oraz w instytucjach kultury (np. takich jak stacje radiowe i sieci telewizyjne, regionalne ośrodki kultury, domy kultury, czy wydziały promocji różnego typu jednostek); absolwenci będą specjalistami w zakresie prowadzenia diagnozy, profilaktyki i terapii logopedycznej w przypadku najczęściej występujących zaburzeń w komunikacji językowej, takich jak dyslalia, czy opóźniony rozwój mowy, niepełność mówienia, trudności w czytaniu i pisaniu, jak również w zakresie promowania umiejętności pracy głosem i autoprezentacji w sposób profesjonalny i optymalny; absolwenci będą również przygotowani do podejmowania działań mediacyjnych związanych z występowaniem kryzysu spowodowanego zaburzeniami w komunikacji językowej oraz prowadzenia działań coachingowych. Specjalność umożliwi nabycie tzw. kompetencji miękkich, związanych z podejmowaniem mediacji i rozwiązywaniem kryzysów, niezwykle poszukiwanych współcześnie na rynku pracy. Absolwent będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy</p>
32.	matryca efektów kształcenia (pokrycie kierunkowych przez modułowe)	załącznik 7
33.	opis działalności badawczej wydziału w odpowiednim obszarze wiedzy (dla studiów II stopnia i jednolitych studiów magisterskich)	załącznik 8
34.	sposób uwzględnienia wyników monitorowania karier absolwentów	załącznik 9
35.	sposób uwzględnienia wyników analizy zgodności zakładanych efektów kształcenia z potrzebami rynku pracy	załącznik 10
36.	sposób wykorzystania wzorców międzynarodowych	załącznik 11
37.	sposób współdziałania z interesariuszami zewnętrznymi	załącznik 12
38.	opis wewnętrznego systemu jakości kształcenia	załącznik 13
39.	[opcjonalnie:] opis warunków prowadzenia kształcenia na odległość	załącznik 14
40.	[opcjonalnie, zwłaszcza dla studiów II stopnia:] opis osiągniętych na wcześniejszym etapie studiów efektów kształcenia wymaganych od kandydata do przyjęcia na kierunek	załącznik 15