

# Public relations i nowoczesna komunikacja

- Specjalność - studia I stopnia

**Kierunek: Marketing i sprzedaż**

Hybrydowe **OD PAŹDZIERNIKA** Studia licencjackie

## Czego nauczysz się wybierając tę specjalność?

Nauczysz się tworzyć strategię public relations.

Będziesz potrafił nawiązywać relacje z mediami.

Poznasz prawo prasowe i etyka

Dowiesz się, jak wykorzystywać nowoczesne narzędzia, jak np. PRowly, Brand24.

Opanujesz wykorzystywanie mediów społecznościowych w działaniach PR (Facebook, Twitter, LinkedIn, YouTube, Instagram).

Zrozumiesz sposoby zarządzania komunikacją przedsiębiorstwa w kryzysie.

## Co jeszcze powinieneś wiedzieć?

Public relations znacząco zmieniło się w dobie technologii informatycznych, co powoduje, że stało się jeszcze bardziej istotnym narzędziem przedsiębiorstw w budowie całokształtu ich wizerunku.

W trakcie nauki otrzymasz profesjonalne narzędzia komunikacji marketingowej:

Bezpłatny 2 miesięczny dostęp do platformy służącej komunikacji public relations PROWLRY,

Bezpłatny 2 miesięczny dostęp do narzędzi monitorowania internetu i social media BRAND24.

Program kształcenia został przygotowany z ekspertami na co dzień zajmującymi się obsługą przedsiębiorstw w zakresie nowoczesnego marketingu, innowacyjnych strategii biznesowych i komunikacji z rynkiem opartej na nowych technologiach.

Wśród naszych partnerów biznesowych, znajdują się takie firmy jak: APA Group, GONG, Hilti, Mediafeed.pl, Mediamass, Prowly, Centrum Rozwoju Szkół Wyższych Merito.

Program kierunku potwierdzony jest międzynarodową akredytacją IACBE, będącą gwarancją jakości kształcenia, realizowania i mierzenia osiągniętych efektów.

# Praca dla Ciebie:

specjalista ds. PR  
rzecznik prasowy  
specjalista ds. e-marketingu  
specjalista ds. social media  
copywriter  
konsultant ds. PR  
specjalista ds. marki



# Program studiów

Przedmioty specjalnościowe (realizowane od II roku studiów):

Wprowadzenie do public relations  
Prawo prasowe  
Strategie PR - kształtowanie wizerunku firmy  
Zarządzanie agencją marketingową w oparciu o symulację biznesową REVAS  
Media relations  
Środki i narzędzia realizacji PR  
Warsztaty tworzenia treści tekstowo - graficznych  
Wystąpienia publiczne  
Warsztaty tworzenia treści audiowizualnych  
PR w sieciach społecznościowych  
Media i komunikacja kryzysowa

Oraz przedmioty podstawowe i kierunkowe obowiązujące wszystkich studentów kierunku Marketing i sprzedaż.

# Wykładowcy

**mgr Kinga Religa**

Dyrektor Agencji Komunikacji Marketingowej Business Consulting w Katowicach. Jest odpowiedzialna za realizację

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.

projektów z zakresu komunikacji marketingowej. Zaangażowana w przedsięwzięcia związane z marketingiem terytorialnym oraz promocją miast i regionów. Absolwentka kursu Professional Diploma in Marketing. Posiada międzynarodowy dyplom kompetencji marketingowych The Chartered Institute of Marketing in London. Naukowo realizuje się w obszarze komunikacji marketingowej. Współautorka książki „Szukając klienta. Jak rozpoznać potencjalnego nabywcę i nie wpadać w pułapkę sprzedawania wszystkim” będącej praktycznym, sprzedażowo-marketingowym spojrzeniem na rynek i klienta.

### **dr Łukasz Makowski, prof. UWSB Merito**

Menedżer, doradca i trener biznesu z zakresu: zarządzania przedsiębiorstwem, marketingu, PRu, sprzedaży, negocjacji, komunikacji oraz innych. Od roku 2010 prodekan Uniwersytetu WSB Merito Chorzów. Autor oraz recenzent wielu publikacji z zakresu zarządzania, polityki i gospodarki. Członek Rady Programowej specjalistycznych wydawnictw. W 2008 oraz 2010 roku odbył staż naukowy w Uniwersytecie Łotwy w Rydze. Zdobywca grantu naukowego Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego. Menedżer i redaktor pisma przemysłowo-gospodarczego (2004–2007), dyrektor generalny, dyrektor produktu oraz sieci sprzedaży w latach 2004, 2007–2010.

### **mgr Michał Raszka**

Dyrektor Działu Komunikacji i Strategii Medialnych w Grupie PRC. Rzecznik prasowy, twórca kampanii public relations, media relations, marketingowych. Praktyk i teoretyk zarządzania kryzysowego. Komentator w mediach branżowych i ogólnopolskich. Zainteresowania naukowe związane z szeroko pojętą komunikacją perswazyjną, marketingiem politycznym, nowymi mediami.

### **prof. nadzw. dr hab. Małgorzata Kieźel**

Jej zainteresowania naukowe koncentrują się między innymi wokół problematyki zarządzania i planowania marketingowego, marketingu czy tworzenia wizerunku i marki. Od kilkunastu lat prowadzi badania rynku systemowych produktów bankowych, a od kilku lat także branży turystycznej. Oprócz sfery badań naukowych prowadzi także badania marketingowe i analizy strategiczne dla praktyki gospodarczej.

Jest autorką lub współautorką ponad 90 publikacji naukowych, w tym pięciu książek, doświadczonym wykładowcą na studiach I i II stopnia.

Od kilkunastu lat pełni rolę promotora i recenzenta w ramach seminariów dyplomowych i magisterskich. Jest certyfikowanym tutorem akademickim oraz moderatorem Design Thinking. Jest wieloletnim członkiem Polskiego Towarzystwa Ekonomicznego, Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingu i Polskiego Stowarzyszenia Zarządzania Wiedzą. Odznaczona Medalem Komisji Edukacji Narodowej w 2005 roku i Brązowym Krzyżem Zasługi w 2017 roku.

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzowa studentem zawierana jest w formie pisemnej.

### **prof. nadzw. dr hab. Barbara Kucharska**

Doktor habilitowany z dziedziny nauk ekonomicznych. Ma wieloletnie doświadczenie nauczyciela akademickiego w zakresie prowadzenia zajęć z zakresu marketingu, zarządzania sprzedażą, obsługą klienta, merchandisingu oraz badań rynku, również na studiach podyplomowych.

Kierownik projektu Innowacje w handlu detalicznym w kierowaniu wartości dla klienta finansowany z Narodowego Centrum Nauki. Uczestnik projektów badań badawczych: zmiany modeli konsumpcji żywności w Polsce, handel detaliczny i usługi w Polsce – perspektywa konsumenta oraz handel i usługi w Europie – diagnoza i perspektywy oraz metody i techniki badań jakościowych w Internecie.

Członek międzynarodowej sieci badawczej Reseau des Pays du Groupe de Vysegrad.

### **mgr Partycja Sopalska**

Ekspert public relations, absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach na wydziale Ekonomii, specjalność Public Relations. Doświadczenie zdobywała m.in. w Regionalnej Izbie Gospodarczej w Katowicach w Dziale Komunikacji i Promocji. Współtworzyła, a później była rzecznikiem Europejskiego Kongresu Małych i Średnich Przedsiębiorstw. Później związana z pracą w agencji PR - Grupa PRC, gdzie obsługiwała kluczowych klientów i kierowała Działem Zarządzania Projektami. Realizowała projekty dla samorządów i spółek samorządowych. W latach 2018-2019 rzecznik hali widowiskowo-sportowej Arena Gliwice. Od 2018 roku manager Public Relations w Agencji Marketingowej MOMA.

### **prof. nadzw. dr hab. Michał Kucia**

Doktor nauk ekonomicznych, naukowo zajmuje się szeroko rozumianym e-biznesem. W tym obszarze prowadził wykłady i szkolenia. Stale współpracuje z praktyką gospodarczą w zakresie optymalizacji działalności handlowej w Internecie oraz e-marketingu. Ma doświadczenie w projektowaniu serwisów aukcyjnych. Był kierownikiem i wykonawcą w ponad 25 projektach badawczych na rzecz praktyki gospodarczej.

Jest autorem lub współautorem kilkunastu publikacji z zakresu handlu elektronicznego oraz internetu w marketingu, w tym m.in. "Produkty i marki w opinii e-konsumentów", „The retail trade in Europe – diagnosis and future perspectives” czy „Wykorzystanie zaangażowania klientów w działalności marketingowej przedsiębiorstwa”. Jest członkiem Polskiego Naukowego Towarzystwa Marketingowego.

## mgr Maciej Makowski

Menedżer, trener biznesu, specjalista z zakresu zarządzania, marketingu i sprzedaży. Wykładowca oraz autor szeregu publikacji poświęconych problematyce przedsiębiorczości, zarządzania zasobami ludzkimi, organizacji czasu pracy, sprzedaży i marketingu. Redaktor naczelny magazynu biznesowego "Przewodnik dla Pośredników Finansowych". Właściciel i twórca serwisu FranczyzaBanku.pl oraz portalu WlasnyBiznes.pl.

Doświadczenie zawodowe zdobył na rynku finansowym, ubezpieczeniowym oraz telekomunikacyjnym. Pracował m.in. w CitiBank Handlowy, Raiffeisen Bank Polska czy Telekomunikacji Polskiej. Współpracował z siecią Play oraz czołowymi Towarzystwami Ubezpieczeniowymi, w tym PZU, Hestia, Generali.

W swojej karierze ukończył wiele specjalistycznych szkoleń z digital marketingu, m.in. Search Engine Marketing, SEO – pozycjonowanie i link building czy tworzenie strategii i planowanie kampanii online.

## mgr Aleksandra Szczepańska - Dziubek

Praktyk branży kreatywnej specjalizujący się w zagadnieniach związanych z komunikacją medialną, copywritingiem oraz content marketingiem. Zawodowo tworzy strategie komunikacji marketingowej i kampanie reklamowe dla polskich oraz zagranicznych firm. Doświadczenie zdobyła zajmując się marketingiem politycznym, a następnie pracując jako Marketing&Content Manager w branży kreatywnej.

# Partnerzy kierunku

mediamass.

MEDIAFEED.

HILTI



M CENTRUM ROZWOJU SZKÓŁ WYŻSZYCH MERITO

APAGROUP

## Special promotion for candidates.

Nie czekaj, zapisz się online. Pierwsi korzystają najwięcej!

### Zapisując się do 17 lipca, zyskujesz:

**800 zł dzięki niższe w czesnym**, która na studiach I stopnia rozliczana jest na pierwszym roku studiów, obniżając proporcjonalnie każdą kolejną ratę czesnego.

Dodatkowo jesteś zwolniony(-na) z opłaty wpisowej w wysokości 85 zł.

do 17 lipca  
czesne już od  
**328 zł** ~~395 zł~~  
miesięcznie

Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między chorzow a studentem zawierana jest w formie pisemnej.