

Uniwersytet Marii  
Curie Skłodowskiej  
w Lublinie



## Public relations i marketing medialny (studia w formule kształcenia zdalnego)

Numer usługi 2024/06/24/24575/2195146

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 240 h

📅 20.10.2024 do 30.06.2025

4 000,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

16,67 PLN brutto/h

16,67 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Inne / Edukacja
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Studia są adresowane do absolwentów studiów wyższych zainteresowanych pogłębieniem wiedzy z zakresu public relations i marketingu medialnego.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	20
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	40
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	13-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	240
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 742, z późn. zm.)
<b>Zakres uprawnień</b>	uprawnienia do świadczenia usług rozw. do zdobycia kwalif. nadawanych po ukończeniu studiów podypl.

## Cel

### Cel edukacyjny

Zdobycie specjalistycznej wiedzy z zakresu public relations i marketingu medialnego.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna zasady prowadzenia kampanii public relations.	Przygotowuje projekty kampanii PR, sprawdza efektywność podjętych działań PR, elastycznie reaguje na problemy w realizacji projektów (np. zmienia wcześniej przyjętą kolejność działań w projekcie PR) .	Test teoretyczny
Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do praktycznego analizowania kampanii public relations, reklamowych i marketingowych, poprzez właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących oraz poprzez stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.	Ocenia efektywność poszczególnych kampanii PR opracowanych podczas zajęć, dobiera odpowiednie narzędzia i wyjaśnia ich trafność, zależnie od realizowanego projektu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w zakresie specjalisty ds. komunikacji z mediami.	Opracowuje odpowiedni dobór narzędzi PR do kontaktów z konkretnymi mediami, szacuje trafność skuteczności akcji kierowanych do konkretnych, wybranych przez siebie mediów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Posiada umiejętność analizy proponowanego rozwiązania konkretnych problemów w pracy specjalisty PR, marketingu medialnego i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie.	Potrafi rozwiązać problemy wizerunkowe, wyjaśnia trafność dobru odpowiednich narzędzi PR kryzysowego.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

## Kwalifikacje

### Inne kwalifikacje

#### Uznane kwalifikacje

Pytanie 2. Czy dokument został wydany przez organy władz publicznych lub samorządów zawodowych na podstawie ustawy lub rozporządzenia?

Świadectwo ukończenia studiów podyplomowych zgodne z przepisami określonymi w Ustawie z dnia 20 lipca 2018 roku - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

#### Informacje

<b>Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów</b>	organ władzy publicznej lub samorządu zawodowego, uprawniony do wydawania dokumentów potwierdzających kwalifikację na podstawie ustawy lub rozporządzenia
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację</b>	Nie dotyczy
<b>Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR</b>	Nie
<b>Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego</b>	Nie dotyczy
<b>Podmiot certyfikujący jest zarejestrowany w BUR</b>	Nie

## Program

### Przedmioty prowadzone w ramach studiów:

- Reklama
- Copywriting
- Marketing
- Marketing on-line
- Komunikacja wizualna
- Tworzenie strategii PR
- PR w projektach międzynarodowych
- Media relations
- Team work
- Komunikacja kryzysowa

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; border-radius: 3px;">1 z 21</div> Marketing/podstawo we pojęcia i koncepcje marketingu, uzupełnione przykładami audiowizualnymi;	20-10-2024	09:20	10:55	01:35

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 21</b> PR w projektach międzynarodowych/for my promocji projektów, studia przypadków	20-10-2024	11:00	12:35	01:35
<b>3 z 21</b> Komunikacja wizualna/Analiza przekazów wizualnych; Wizualne systemy informacyjne; Zasady projektowania przekazów wizualnych; technologie wizualne; Wizualność w interakcjach społecznych	26-10-2024	08:30	13:25	04:55
<b>4 z 21</b> Marketing/ podstawowe komponenty i narzędzia marketingu 5.0 i 6.0	27-10-2024	08:30	11:45	03:15
<b>5 z 21</b> PR w projektach międzynarodowych/s amodzielną promocją projektów międzynarodowych na podstawie studiów przypadków	09-11-2024	09:20	11:45	02:25
<b>6 z 21</b> Komunikacja kryzysowa/Komunikowanie się w kryzysie. Etapy; Media relations a kryzysy	09-11-2024	11:50	14:15	02:25
<b>7 z 21</b> Komunikacja kryzysowa/Kryzys a budowa marki; plan komunikacji kryzysowej; social media w sytuacji kryzysowej	10-11-2024	09:20	12:35	03:15

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<p><b>8 z 21</b> PR w projektach międzynarodowych/analiza sposobów promocji grantów, projektów międzynarodowych wybranych przez uczestników zajęć, prawa autorskie do materiałów z sieci, praca w grupach.</p>	23-11-2024	09:20	11:45	02:25
<p><b>9 z 21</b> Komunikacja kryzysowa/Wykorzystanie ICT w sytuacjach kryzysowych</p>	23-11-2024	11:50	14:15	02:25
<p><b>10 z 21</b> Reklama/Definicje reklamy</p>	24-11-2024	08:30	12:35	04:05
<p><b>11 z 21</b> Marketing/12 archetypów marki</p>	07-12-2024	08:30	11:45	03:15
<p><b>12 z 21</b> Media relations/Komunikacja społeczna; Definicja media relations; Efekt publicity; Media relations płatne i organiczne; Media pośrednie (tradycyjne) i bezpośrednie (społecznościowe)</p>	07-12-2024	11:50	15:55	04:05
<p><b>13 z 21</b> Reklama/Grupy docelowe: - socjograficzne; - geograficzne; Reklama ukryta; Reklama jako zjawisko społeczne; Reklama jako forma korupcji.</p>	08-12-2024	08:30	12:35	04:05
<p><b>14 z 21</b> Reklama/Etapy tworzenia i powstawania reklamy; Funkcje reklamy.</p>	14-12-2024	08:30	12:35	04:05

Przedmiot / temat zajęć	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>15 z 21</b> Reklama/Modele reklamy; Reklama, marketing, zarządzanie	15-12-2024	08:30	12:35	04:05
<b>16 z 21</b> Media relations/Typy materiałów MR	11-01-2025	08:30	12:35	04:05
<b>17 z 21</b> Media relations/Baza mediów	12-01-2025	08:30	12:35	04:05
<b>18 z 21</b> Media relations/Profesjonali zm w MR; Kierunki rozwoju MR	18-01-2025	08:30	12:35	04:05
<b>19 z 21</b> Reklama/Modele reklamy Reklama, marketing, zarządzanie	19-01-2025	08:30	12:35	04:05
<b>20 z 21</b> Komunikacja kryzysowa/projekt programu antykryzysowego. Podsumowanie	19-01-2025	08:30	12:35	04:05
<b>21 z 21</b> PR w projektach międzynarodowych/p rzedstawienie końcowych efektów pracy słuchaczy, samodzielnego promowania grantów międzynarodowych.	19-01-2025	13:30	14:15	00:45

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 000,00 PLN

<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	4 000,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	16,67 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	16,67 PLN
<b>W tym koszt walidacji brutto</b>	0,00 PLN
<b>W tym koszt walidacji netto</b>	0,00 PLN
<b>W tym koszt certyfikowania brutto</b>	0,00 PLN
<b>W tym koszt certyfikowania netto</b>	0,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Lidia Pokrzycka

Eduinspirator 2019 Fundacji Rozwoju Systemu Edukacji w kategorii szkolnictwo wyższe

Ambasador Eurodesk Polska

Ambasador Wiosny Edukacji

Certyfikowany E-nauczyciel i E-metodyk Stowarzyszenia E-learningu Akademickiego (SEA)

Certyfikowany Ekspert E-learningu SEA

Absolwentka kursów Leaders of Learning (Harvard University) oraz Strategies for Online Teaching and Learning (The University of British Columbia)

Kierownik studiów podyplomowych Public Relations i Marketing Medialny UMCS

Microsoft Innovative Educator Expert 2020/2021; 2021/2022; 2022/2023; 2023/2024.

Microsoft Educator Master Trainer 2022/23

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe w postaci skryptów, prezentacji, biblioteka.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem ubiegania się o przyjęcie na studia jest rejestracja w Systemie Obsługi Rekrutacji oraz zamieszczenie skanów dokumentów (dyplomu ukończenia studiów wyższych magisterskich).

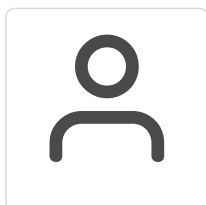
Osoba przyjęta na studia, po otrzymaniu informacji o uruchomieniu kierunku, jest zobligowana do przedłożenia:

- 1) kwestionariusza osobowego wydrukowanego z systemu;
- 2) odpisu lub poświadczonej przez uczelnię kopii dyplomu ukończenia studiów magisterskich. W przypadku ukończenia uczelni wyższej za granicą, kandydat składa oryginał dyplomu oraz tłumaczenie na język polski potwierdzone przez upoważnione instytucje, a także dokument potwierdzający nostryfikację dyplomu lub zaświadczenie o zwolnieniu z postępowania nostryfikacyjnego.

## Warunki techniczne

Platforma e-learningowa Wirtualny Kampus UMCS.

## Kontakt



**Monika Bzowska-Rudaś**

**E-mail** [studia.podyplomowe@mail.umcs.pl](mailto:studia.podyplomowe@mail.umcs.pl)

**Telefon** (+48) 815 375 845