



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

Numer usługi 2025/07/08/24575/2864919

4 000,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

16,67 PLN brutto/h

16,67 PLN netto/h

Uniwersytet Marii
Curie Skłodowskiej
w Lublinie

★★★★★ 4,8 / 5

30 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📚 Studia podyplomowe

🕒 240 h

📅 18.10.2025 do 30.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Edukacja
Grupa docelowa usługi	Studia podyplomowe "Public relations i marketing medialny" są adresowane do absolwentów studiów wyższych zainteresowanych pogłębianiem wiedzy z zakresu public relations i marketingu medialnego.
Minimalna liczba uczestników	20
Maksymalna liczba uczestników	40
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	240
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t. j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	uprawnienia do świadczenia usług rozw. do zdobycia kwalif. nadawanych po ukończeniu studiów podypl.

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Public relations i marketing medialny (studia w formule kształcenia zdalnego) - studia podyplomowe" przygotowuje do skutecznego analizowania zjawisk społecznych, niezbędnych do wykonywania zawodów związanych z PR i marketingiem medialnym. Przygotowuje do wdrażania tych rozwiązań w praktyce, szczególnie w zakresie tworzenia strategii marketingowych i PR dla konkretnych firm.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Organizuje kampanie 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
Analizuje kampanie public relations, reklamowe i marketingowe, 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
Wykorzystuje zdobytą wiedzę 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
Analizuje proponowane rozwiązania konkretnych problemów w pracy specjalisty PR, marketingu medialnego i proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie.	Rozwiązuje problemy wizerunkowe, wyjaśnia trafność dobru odpowiednich narzędzi PR kryzysowego.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

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.

Czas trwania: 2 semestry

Liczba godzin: 240 godzin dydaktycznych (godziny nie zawierają przerw), w tym:

- 30 godzin wykładów
- 180 godzin ćwiczeń
- 30 godzin laboratorium

Punkty ECTS: 30

Zajęcia prowadzone online, na platformie Wirtualnego Kampusu, w soboty i niedziele (co do zasady, co dwa tygodnie).

Kadra dydaktyczna składa się z pracowników akademickich oraz praktyków PR i marketingu medialnego.

Warunkiem ukończenia studiów i otrzymania świadectwa jest uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich egzaminów oraz zaliczeń. Absolwent kierunku otrzymuje świadectwo ukończenia studiów podyplomowych.

Szczegółowy harmonogram zajęć dydaktycznych zostanie wprowadzony do Bazy Usług Rozwojowych co najmniej na 6 dni przed rozpoczęciem semestr.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 39

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 39 Komunikacja kryzysowa	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	18-10-2025	09:20	13:25	04:05
2 z 39 Komunikacja kryzysowa	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	19-10-2025	09:20	13:25	04:05
3 z 39 Komunikacja wizualna	dr hab. Marlena Stradomska	25-10-2025	08:30	12:35	04:05

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 39 Komunikacja wizualna	dr hab. Marlena Stradomska	26-10-2025	08:30	12:35	04:05
5 z 39 Komunikacja kryzysowa; PR w projektach międzynarodowych	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	08-11-2025	09:20	12:35	03:15
6 z 39 Komunikacja kryzysowa; PR w projektach międzynarodowych	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	09-11-2025	09:20	12:35	03:15
7 z 39 Media relations	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	22-11-2025	08:30	11:45	03:15
8 z 39 Reklama	Daniel Przygoda	22-11-2025	11:50	14:15	02:25
9 z 39 Reklama	Daniel Przygoda	23-11-2025	10:10	12:35	02:25
10 z 39 PR w projektach międzynarodowych	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	23-11-2025	12:40	14:15	01:35
11 z 39 Media relations	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	23-11-2025	14:20	16:45	02:25
12 z 39 Media relations	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	06-12-2025	08:30	11:45	03:15
13 z 39 Reklama	Daniel Przygoda	06-12-2025	11:00	13:25	02:25
14 z 39 Marketing; Reklama	Daniel Przygoda	07-12-2025	10:10	12:35	02:25
15 z 39 Marketing	Daniel Przygoda	13-12-2025	10:10	12:35	02:25
16 z 39 Marketing	Daniel Przygoda	14-12-2025	10:10	12:35	02:25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 39 PR w projektach międzynarodowych	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	14-12-2025	12:40	15:05	02:25
18 z 39 Marketing	Daniel Przygoda	10-01-2026	10:10	11:45	01:35
19 z 39 PR w projektach międzynarodowych	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	10-01-2026	11:00	13:25	02:25
20 z 39 Copywriting (zajęcia w dniu 07.03.2026)	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	11-04-2026	08:30	09:15	00:45
21 z 39 Copywriting (zajęcia w dniu 21.03.2026)	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	11-04-2026	08:30	10:55	02:25
22 z 39 Marketing online (zajęcia w dniu 22.03.2026)	dr hab. Marlena Stradowska	11-04-2026	08:30	10:55	02:25
23 z 39 Copywriting	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	11-04-2026	08:30	10:55	02:25
24 z 39 Marketing online (zajęcia w dniu 08.03.2026)	dr hab. Marlena Stradowska	11-04-2026	09:20	11:45	02:25
25 z 39 Tworzenie strategii PR (zajęcia w dniu 07.03.2026)	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	11-04-2026	11:00	12:35	01:35
26 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	11-04-2026	11:00	13:25	02:25
27 z 39 Tworzenie strategii PR (zajęcia w dniu 08.03.2026)	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	11-04-2026	11:50	14:15	02:25
28 z 39 Copywriting (zajęcia w dniu 08.03.2026)	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	11-04-2026	14:20	15:55	01:35

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 39 Marketing online	dr hab. Marlena Stradomska	12-04-2026	08:30	11:45	03:15
30 z 39 Copywriting	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	25-04-2026	08:30	10:55	02:25
31 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	25-04-2026	11:00	13:25	02:25
32 z 39 Marketing online	dr hab. Marlena Stradomska	26-04-2026	08:30	12:35	04:05
33 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	26-04-2026	12:40	14:15	01:35
34 z 39 Copywriting	red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek	16-05-2026	08:30	10:55	02:25
35 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	16-05-2026	11:00	12:35	01:35
36 z 39 Teamwork	Luiza Jurgiel-Żyła	30-05-2026	10:10	12:35	02:25
37 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	30-05-2026	12:40	15:05	02:25
38 z 39 Teamwork	Luiza Jurgiel-Żyła	31-05-2026	10:10	11:45	01:35
39 z 39 Tworzenie strategii PR	prof. dr hab. Lidia Pokrzycka	31-05-2026	11:50	13:25	01:35

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	16,67 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 5



1 z 5

prof. dr hab. Lidia Pokrzycka

Profesor w Katedrze Międzynarodowych Stosunków Politycznych Wydziału Politologii i Dziennikarstwa UMCS. Kierownik studiów podyplomowych Public Relations i Marketing Medialny UMCS

Od 1999 roku prowadzi zajęcia z zakresu public relations na studiach i studiach podyplomowych. Realizowała i realizuje granty m.in. w ramach Norway Grants (FSS) - Norwegia, Islandia, European Centre for the Development of Vocational Training - Irlandia, NAWA - Belgia, Europlanet RI 2020 Expert Exchange - Grecja (w Atenach prowadziła zajęcia z zakresu PR dla studentów astrofizyki).



2 z 5

dr hab. Marlena Stradomska

Adiunkt ze stopniem doktora habilitowanego w Katedrze Psychologii Klinicznej i Neuropsychologii Wydziału Pedagogiki i Psychologii UMCS. Psycholog, psychoterapeutka, suycydolożka, ekspertka Biura ds. Zapobiegania Zachowaniom Samobójczym w Instytucie Psychiatrii i Neurologii w Warszawie.

Wieloletni pracownik dydaktyczny, posiadający bogate (ponad 5 letnie) doświadczenie w prowadzeniu zajęć na studiach wyższych, studiach podyplomowych, a także kursach i szkoleniach. Prowadziła m.in. zajęcia z zakresu psychologii klinicznej, komunikacji interpersonalnej, pracy z osobami w kryzysie, a także warsztaty z wykorzystania myślenia wizualnego (visual thinking).



3 z 5

red. Aleksandra Rudzińska-Rdzanek

Ekspertka ds. mediów, PR i komunikacji z ponad 20-letnim doświadczeniem. Absolwentka filozofii i reżyserii, z bogatym dorobkiem w mediach tradycyjnych i cyfrowych oraz w strategicznym PR. Karierę rozpoczynała w „Głosie Wybrzeża” i Radiu Gdańsk, a następnie rozwijała ją w prasie branżowej z zakresu IT, turystyki i transportu. Współpracowała z czołowymi polskimi mediami, takimi jak Wirtualna Polska, Onet i „Gazeta Wyborcza”.

Była redaktorem naczelną portalu kurierkolejowy.eu oraz redaktorem prowadzącą ekskluzywnego magazynu biznesowego „MAN”. Specjalizuje się w komunikacji sektora infrastrukturalnego – pracowała jako PR-owiec i specjalistka ds. relacji z mediami w organizacji Pracodawcy RP oraz w spółkach z Grupy PKP: PKP CARGO S.A., PKP Polskie Linie Kolejowe S.A. i PKP S.A.



4 z 5

Daniel Przygoda

Od ponad dekady związany z branżą reklamową – doświadczenie zdobywał w czołowych agencjach kreatywnych.

Posiada ponad 10-letnie doświadczenie w prowadzeniu szkoleń z zakresu marketingu, reklamy itp.



5 z 5



Luiza Jurgiel-Żyła

Specjalistka z Public Relations z ponad 20 letnim stażem. Doradczynie ds. PR w polskich spółkach w branży rozrywkowej, edukacyjnej czy technologicznej.

Wcześniej przez wiele lat specjalizowała się w komunikacji B2B w firmach doradczych branży nieruchomości komercyjnych. Doświadczenie zdobywała w agencji FIRST PR, gdzie obsługiwała takich klientów jak Cushman & Wakefield, Turner Broadcasting System (CNN International, Cartoon Network, Boomerang i TCM) i A+E Networks (marki: Lifetime, HISTORY, CI Polsat).

Od wielu lat działa na rzecz branży PR, za co została doceniona nagrodą im. Andrzeja Stolarczyka i Lwem PR. Honorowa członkini PSPR, w latach 2019-2023 była prezeską Stowarzyszenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Słuchacze studiów podyplomowych otrzymają materiały szkoleniowe – drogą elektroniczną lub na platformie Wirtualny Kampus UMCS.

Słuchacze otrzymają: prezentacje multimedialne, skrypty oraz inne materiały przygotowane przez prowadzących zajęcia.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem ubiegania się o przyjęcie na studia jest rejestracja w Internetowym Rejestrze Kandydata (<https://irk.umcs.pl>) oraz zamieszczenie skanu dyplomu ukończenia studiów wyższych.

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 licencjackich lub 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.

Termin i miejsce składania dokumentów, zostaną mailowo przekazane przyjętym osobom.

UWAGA! Zgłoszenie na studia tylko przez Bazę Usług Rozwojowych nie gwarantuje miejsca w grupie.

Warunki techniczne

Platforma e-learningowa: Wirtualny Kampus UMCS.

W ramach Wirtualnego Kampusu wykorzystywana jest platforma MOODLE (Modular Object-Oriented Dynamic Learning Environment) czyli modułowe, zorientowane obiektowo dynamiczne środowisko nauczania.

Minimalne wymagania sprzętowe: komputer, laptop lub tablet (procesor: co najmniej 1 GHz, pamięć RAM: minimum 2 GB), mikrofon i głośniki lub zestaw słuchawkowy (zalecane), kamera internetowa (opcjonalnie).

Połączenie internetowe: stabilne i wystarczająco szybkie łącze – min. 1 Mbps, zalecane 5 Mbps+.

Przeglądarka (wymagana obsługa HTML5 i JavaScript): Google Chrome (najnowsza wersja), Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Safari (na macOS/iOS).

Kontakt



Kamila Pękala

E-mail studia.podyplomowe@mail.umcs.pl

Telefon (+48) 815 375 845