



Społeczna
Akademia Nauk z
siedzibą w Łodzi

★★★★★ 4,6 / 5

21 ocen

Nowe Public Relations– sztuka storytellingu o firmie- studia podyplomowe

Numer usługi 2026/02/03/14038/3304432

📍 Łódź

🏠 Studia podyplomowe

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 168:00 h

📅 17.10.2026 do 30.06.2027

6 000,00 PLN brutto

6 000,00 PLN netto

35,71 PLN brutto/h

35,71 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Edukacja
Grupa docelowa usługi	<p>Studia podyplomowe z zakresu Nowego Public Relations, czyli sztuki opowiadania o firmie są skierowane do osób, które chcą zdobyć specjalistyczną wiedzę na temat budowania ekosystemu własnych mediów, promocji, komunikacji, zarządzania mediami oraz budowania marki m.in.:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Menadżerowie i właściciele firm– osoby, które prowadzą lub planują założyć biznesu ; - Osoby rozważające otwarcie firmy; - Osoby odpowiadające za kreowanie informacji i treści w firmie; - Przedstawiciele handlowi, pracownicy działów sprzedaży. odpowiadający za kreowanie produktów. <p>Uczestnikiem studiów może zostać każda osoba z wykształceniem wyższym, otwarta na rozwój osobisty i gotowa do pracy w dynamicznie rozwijającym się obszarze.</p>
Minimalna liczba uczestników	15
Maksymalna liczba uczestników	40
Data zakończenia rekrutacji	12-10-2026
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	168

Zakres uprawnień

studia podyplomowe.

Cel

Cel edukacyjny

Studia prowadzą do nabycia kompetencji, które są istotne w zarządzaniu firmą. Współczesne, nowoczesne przedsiębiorstwo musi umieć wyróżnić się na rynku, aby skutecznie pozyskiwać klientów, pracowników i innych interesariuszy. Musi zatem zbudować solidną markę, własne media oraz autentyczną historię, która systematycznie będzie do siebie przekonywać.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posiada wiedzę z zakresu budowania marki	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none">• Obecność na zajęciach• Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna
rozumie znaczenie public relations i proaktywnego kreowania informacji przez firmę	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none">• Obecność na zajęciach• Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna
umie projektować własne kanały medialne	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none">• Obecność na zajęciach• Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
zna zasady storytellingu	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none"> • Obecność na zajęciach • Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami 	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna
zna technologie oraz innowacyjne rozwiązania w social media w tym AI	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none"> • Obecność na zajęciach • Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami 	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna
posiada umiejętności w zakresie radzenia sobie ze stresem i wystąpieniami publicznymi	Warunki zaliczenia <ul style="list-style-type: none"> • Obecność na zajęciach • Zaliczenie testu wiedzy/Zaplanowanie i zrealizowanie projektu na wybrany temat, który może dotyczyć budowy kampanii PR, budowy planu współpracy z mediami 	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach rzeczywistych
		Prezentacja
		Debata swobodna

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

1. Wprowadzenie do Public Relations

- Definicja i zakres Public Relations
- Cele i działania
- Miejsce PR w strukturze organizacyjnej firmy
- Techniki tworzenia tożsamości firmy i oddziaływanie na pracowników
- PR wewnętrzny jako cenne źródło wiedzy o firmie

2. Strategie budowania rozpoznawalności

- Kanały komunikacji: LinkedIn, media branżowe, webinary
- Tworzenie treści eksperckich, które angażują
- Jak zdefiniować swoją grupę docelową?

3. Media społecznościowe w promocji firmy

- Rola dwukierunkowej komunikacji w Internecie
- Porsument- nowy odbiorca komunikacji
- Definicja i klasyfikacja
- Rola własnych mediów
- Social media w biznesie
- Użytkownicy social media- demografia
- Mierzenie skuteczności działań

4. Sztuka Storytellingu

- Czym jest dobra narracja
- Narzędzia
- Jak wykorzystywać storytelling w marketingu
- Tradycyjna sztuka opowiadania historii

5. Budowa marki

- Czym jest USP marki
- Proces budowy marki
- Badania marketingowe wykorzystywane podczas budowy marki

6. Pokój prasowy, czyli przestrzeń internetowa nie tylko dla mediów - nowoczesne zasady docierania do dziennikarzy

- Rola zarządzania informacją
- Rola rzecznika prasowego
- Zasady współpracy z dziennikarzami

7. Wizyty studyjne/warsztaty

- Sztuka wystąpień/sztuka emisji głosu

8. Influencer marketing

- Cele i zasady współpracy z influencerami
- Formy współpracy
- Casue study

9. Wizerunek firmy

- Czym jest wizerunek
- Sztuka budowy wizerunku- narzędzia
- Reputacja
- Wizerunek a tożsamość firmy
- System identyfikacji wizualnej

10. AI w zarządzaniu wizerunkiem firmy

- Rola AI w kreowaniu treści
- Skuteczne narzędzia
- Wirtualni asystenci

11.Sztuka media relations (zajęcia z zawodowym dziennikarzem)

- Zasady współpracy z prasą
- Zasady współpracy z telewizją – sztuka udzielania wywiadów
- Techniki odpowiedzi na trudne pytania

12.Prawo autorskie i prawo prasowe

- Przedstawienie rzeczywistości prawnej
- Prawo a Internet

13.Zarządzanie kryzysowe

- Zasady zarządzania kryzysem
- Budowa scenariuszy antykryzysowych

Uczelnia zastrzega sobie prawo do zmian w programie oraz harmonogramie usługi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	35,71 PLN
Koszt osobogodziny netto	35,71 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

dr Grzegorz Mnich

Dziennikarz radiowy i telewizyjny; doktor nauk humanistycznych Uniwersytetu Łódzkiego. Absolwent Prawa Europejskiego Uniwersytetu Łódzkiego. Dziennikarz mediów elektronicznych. Pracował w Faktach TVN jako reporter, wydawca, prezenter. Obecnie jako dziennikarz informacyjny jest zatrudniony w multimedialnej Grupie ZPR (Radio Eska, Supernowa, Plus, Vox), komentuje też bieżące wydarzenia społeczne i polityczne w TVP Łódź i regionalnej Tv Toya.



2 z 3

mgr Agata Dzik

Magister stosunków międzynarodowych w specjalizacji międzynarodowe stosunki polityczne. Ukończyła z wyróżnieniem praktyki w Departamencie Protokołu Dyplomatycznego Ministerstwa Spraw Zagranicznych. Absolwentka programów trenerskich SGGW. W latach 2006-2008 członek Rady Studentów Parlamentu Studentów RP i delegat do Europejskiej Unii Studentów. Od 2009 specjalista do spraw zarządzania projektami i pozyskiwania funduszy unijnych. Przez 10 lat członek zarządu Fundacji Instytut Spraw Zagranicznych w zakresie projektów polski-amerykańskich. Swoje doświadczenie zawodowe zdobywała w międzynarodowych korporacjach bankowych, edukacyjnych, e-commerce, kosmetycznych. Od ponad 10 lat pracuje w branży energetycznej. Jej specjalizacja to obsługa klienta i procesy operacyjne. Zarządza zespołami, tworzy contact center, uczestniczy w procesach bilingowych i IT. Od 2017 roku zajmuje się storytellingiem oraz sztuką opowiadania. Uczestniczka, laureatka międzynarodowych i krajowych festiwali opowiadania.



3 z 3

mgr Aleksandra Ratecka

Pedagog w zakresie poradnictwa zawodowego i pośrednictwa pracy, ukończone studia podyplomowe Executive Master of Business Administration (EMBA). Doświadczona specjalistka z wieloletnią praktyką w samorządzie gminnym, gdzie zarządzała obsługą kadrową placówek oświatowych, pełniła funkcję kierownika zespołu, odpowiadając za planowanie i realizację polityki edukacyjnej gminy. Obecnie Sekretarz Gminy, zarządza administracją samorządową i współpracuje z mieszkańcami. Wykładowca akademicki, łączy doświadczenie praktyczne z teorią w zakresie zarządzania i edukacji samorządowej. Angażuję się także w działania społeczne, prowadząc szkolenia i warsztaty z zakresu partycypacji obywatelskiej oraz realizując projekty na rzecz seniorów, dzieci i osób niepełnosprawnych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy studiów podyplomowych otrzymują dodatkowe materiały na zajęciach oraz po, które są zamieszczane na platformie MS Teams.

Podczas zjazdu każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów dydaktycznych na platformie MS Teams. Materiały te przygotowują wykładowcy, dostosowując je do specyfiki prowadzonego tematu.

Uczestnicy studiów pracują na platformie MS Teams, to platforma komunikacyjna SAN, stworzona w celu ograniczenia formalności oraz ułatwienia przepływu informacji między uczestnikami a uczelnią. Za jej pomocą przez całą dobę i z każdego miejsca na świecie uczestnicy mają dostęp do: harmonogramu zajęć, materiałów dydaktycznych, informacji dotyczących zmian w planach zajęć, ogłoszeń i aktualności.

Warunki uczestnictwa

Rekrutacji na studia podyplomowe Nowe Public Relations- sztuka storytellingu o firmie dokonuje się poprzez założenie konta w systemie rekrutacyjnym na stronie: www.e-rekrutacja.san.edu.pl

System rekrutacyjny Uczelni zostanie uruchomiony od 01.05.2026 r.

Po założeniu i zalogowaniu się do swojego konta kandydata należy:

- uzupełnić swoje dane,
- wybrać kierunek studiów podyplomowych,
- dodać zdjęcie w formacie dowodowym- 35 mm x 45 mm (szerokość x wysokość),
- uiścić opłatę wpisową w wysokości 100 zł,
- dodać dokumenty i podpisać umowę.

W terminie 7 dni od daty rekrutacji należy dostarczyć oryginały wymaganych dokumentów do Biura Rekrutacji w Łodzi lub Warszawie.

Warunki techniczne

Zajęcia odbywają się przez aplikację Microsoft TEAMS.

WYMAGANIA SPRZĘTOWE DLA ZESPOŁÓW NA KOMPUTERZE Z SYSTEMEM WINDOWS

Wymagania dotyczące komponentów

Komputer i procesor Minimum 1,1 GHz lub szybszy, 2 rdzenie Uwaga: w przypadku procesorów Intel należy wziąć pod uwagę maksymalną prędkość osiągniętą przy użyciu technologii Intel Turbo Boost (maksymalna częstotliwość Turbo)

Pamięć 4,0 GB RAM (zespoły wymagają dedykowanych 4 GB pamięci RAM ponad wszelkie inne wymagania systemowe)

Dysk twardy 3,0 GB dostępnego miejsca na dysku

Wyświetl rozdzielczość ekranu 1024 x 768

Sprzęt graficzny System operacyjny Windows: Przyspieszenie sprzętowe grafiki wymaga DirectX 9 lub nowszego, z WDDM 2.0 lub nowszym dla Windows 10 (lub WDDM 1.3 lub nowszym dla Windows 10 Fall Creators Update)

System operacyjny Windows 10 (z wyłączeniem Windows 10 LTSC), Windows 10 na ARM, Windows 8.1, Windows Server 2019, Windows Server 2016, Windows Server 2012 R2. Uwaga: zalecamy korzystanie z najnowszej wersji systemu Windows i dostępnych poprawek zabezpieczeń.

Wersja .NET Wymaga środowiska CLR .NET 4.5 lub nowszego

Wideo Kamera wideo USB 2.0

Urządzenia Standardowa kamera laptopa, mikrofon i głośniki

Rozmowy wideo i spotkania Wymaga procesora 2-rdzeniowego. Aby uzyskać wyższą rozdzielczość wideo/współdzielenia ekranu i liczbę klatek na sekundę, zalecany jest procesor 4-rdzeniowy lub lepszy.

Efekty wideo w tle wymagają systemu Windows 10 lub procesora z zestawem instrukcji AVX2.

Zobacz Zalecenia dotyczące dekodera sprzętowego i sterownika koodera, aby uzyskać listę nieobsługiwanych dekodów i koderów.

Dołączanie do spotkania przy użyciu wykrywania bliskości w Microsoft Teams Room wymaga Bluetooth LE, który wymaga włączenia Bluetooth na urządzeniu klienckim, a w przypadku klientów Windows wymaga również 64-bitowego klienta Teams. Ta funkcja nie jest dostępna w 32-bitowych klientach usługi Teams.

Wydarzenia Teams na żywo Jeśli tworzysz wydarzenie Teams na żywo, zalecamy użycie komputera z procesorem Core i5 Kaby Lake, 4,0 GB pamięci RAM (lub nowszej) i koderem sprzętowym. Zobacz Zalecenia dotyczące dekodera sprzętowego i sterownika koodera, aby uzyskać listę nieobsługiwanych dekodów i koderów.

Wymagania dla aplikacji Teams na urządzeniach mobilnych

Z usługi Teams możesz korzystać na tych platformach mobilnych:

Android: kompatybilny z telefonami i tabletami z Androidem.

Wsparcie jest ograniczone do czterech ostatnich głównych wersji Androida. Na przykład po wydaniu nowej, głównej wersji systemu Android wymaganiem systemu Android jest nowa wersja i trzy najnowsze wersje, które ją poprzedzają.

iOS: kompatybilny z iPhone, iPadem i iPodem touch.

Wsparcie jest ograniczone do dwóch najnowszych głównych wersji systemu iOS. Na przykład po wydaniu nowej, głównej wersji systemu iOS wymaganiem systemu iOS jest nowa wersja i najnowsze wersje, które ją poprzedzały. Opcjonalny efekt wideo Rozmyj moje tło w systemie iOS wymaga systemu operacyjnego iOS 12 lub nowszego, zgodnego z następującymi urządzeniami: iPhone 7 lub nowszy, iPad 2018 (6. generacji) lub nowszy oraz iPod touch 2019 (7. generacji).

WYMAGANIA SPRZĘTOWE DLA ZESPOŁÓW NA MAC

Wymagania dotyczące komponentów Komputer i procesor Procesor Intel Core Duo

Pamięć 4,0 GB RAM (zespoły wymagają dedykowanych 4 GB pamięci RAM ponad wszelkie inne wymagania systemowe)

Dysk twardy 1,5 GB wolnego miejsca na dysku

Wyświetlacz o rozdzielczości 1280 x 800 lub wyższej

System operacyjny Jedna z trzech najnowszych wersji systemu macOS.

Kamera internetowa kompatybilna z wideo

Mikrofon i głośniki zgodne z funkcją Voice, zestaw słuchawkowy z mikrofonem lub równoważne urządzenie

Rozmowy wideo i spotkania Wymaga procesora 2-rdzeniowego. Aby uzyskać wyższą rozdzielczość wideo/współdzielenia ekranu i liczbę klatek na sekundę, zalecany jest procesor 4-rdzeniowy lub lepszy.

Dołączanie do spotkania przy użyciu wykrywania zbliżenia w pokoju Microsoft Teams nie jest dostępne w systemie macOS.

Adres

ul. Jana Kilińskiego 98

90-011 Łódź

woj. łódzkie

Kontakt



mgr Mirosław Olszewski

E-mail molszewski@san.edu.pl

Telefon (+48) 447 884 622