

Media i komunikacja w biznesie

STUDIA I STOPNIA - KIERUNEK

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Cechy: Studia I stopnia licencjackie • Od października • Polski • 6 semestrów

Miasto: Opole



Czego się nauczysz?

- **Zgłębisz tajniki marketingu cyfrowego i public relations.** Nauczysz się, jak skutecznie zarządzać wizerunkiem i budować kampanie w dynamicznym środowisku mediów.
- **Zdobędziesz wiedzę o zastosowaniu sztucznej inteligencji w marketingu.** Poznasz innowacyjne narzędzia AI i aplikacje.
- **Rozwiniiesz umiejętności kreatywnego pisania i copywritingu.** Dowiesz się, jak tworzyć teksty, które angażują i skutecznie komunikują wartości marki.
- **Zdobędziesz wiedzę i umiejętności, dzięki którym staniesz się ekspertem w kreowaniu wizerunku** – od analiz potrzeb, przez strategie komunikacyjne, po efektywne działania promocyjne.
- **Poznasz techniki neurokomunikacji oraz komunikacji kryzysowej.** Nauczysz się, jak skutecznie przekazywać informacje w czasie kryzysów wizerunkowych.
- **Opanujesz warsztat rzecznika prasowego i dziennikarza.** Zdobędziesz umiejętności wystąpień publicznych, prowadzenia wywiadów oraz pracy przed kamerą.

Praca dla Ciebie

- **Pracuj jako specjalista ds. mediów społecznościowych.** Zarządzaj profilami firm w social mediach, twórz angażujące treści i analizuj wyniki kampanii online.
- **Zatrudnij się jako PR manager w korporacji.** Buduj wizerunek firmy, planuj wydarzenia medialne i zarządzaj komunikacją kryzysową, dbając o spójność przekazu.
- **Bądź copywriterem w agencji reklamowej.** Twórz kreatywne teksty na potrzeby kampanii reklamowych, stron internetowych i social mediów, stosuj techniki storytellingu.
- **Pracuj jako rzecznik prasowy w organizacji.** Przygotowuj komunikaty prasowe, odpowiadaj na pytania mediów i organizuj konferencje prasowe.
- **Zostań specjalistą ds. komunikacji w startupie.** Zarządzaj strategią komunikacji, twórz treści promujące nowe produkty i buduj relacje z partnerami oraz klientami.
- **Zatrudnij się jako dziennikarz w mediach.** Twórz interesujące teksty, prowadź wywiady i relacjonuj wydarzenia, wykorzystując nowoczesne narzędzia i aplikacje.

Praktyczne zajęcia

Eyetracker to urządzenie śledzące ruchy gałek ocznych, umożliwiające analizę punktów fiksacji wzroku oraz ścieżek jego przemieszczania. Wykorzystywany jest m.in. w badaniach nad percepcją, UX/UI, neuromarketingu oraz w analizie zachowań użytkowników i procesów decyzyjnych.

Dostęp do Brand24 umożliwia studentom praktyczne poznanie narzędzia do monitoringu Internetu i



mediów społecznościowych. W ramach zajęć uczyć się analizować wzmarki o markach, śledzić trendy oraz mierzyć skuteczność działań komunikacyjnych. To realne wsparcie w rozwijaniu kompetencji z zakresu PR, e-marketingu oraz zarządzania wizerunkiem marki w środowisku cyfrowym.

Nauczysz się, jak wykorzystywać **chatboty i tworzyć różne warianty GPTs-ów** dostosowanych do konkretnych dziedzin i specjalizacji. Opanujesz sztukę niezwykłego przekazu medialnego. Poznasz stylistykę dziennikarską, kreatywny copywriting oraz **sekrety neurokomunikacji**. Odkryjesz wszystkie aspekty komunikacji wizerunkowej, zintegrowanej z AI.

Dodatkowe informacje o kierunku

- Wizyty studyjne – radio, telewizja redakcje prasowe i internetowe
- Magazyn studencki MediaLab – jedyny na UWSB Merito Opole, nowy kompas dla studentów, absolwentów i pasjonatów zagadnień związanych z mediami i komunikacją oraz szeroko pojętym marketingiem.
- Działanie Koła SKN OnPoint Merito Opole
- Partnerzy kierunku: Radio Opole, Brand24, SAPR.

- **Badanie Atrybutów Marki (BAM)**, to coroczne badanie satysfakcji studentów i absolwentów Uniwersytetów WSB Merito. W ostatnim badaniu BAM **studenci kierunku Media i komunikacja w biznesie** ocenili studia na Uniwersytecie WSB Merito Opole na **4,30** (w skali 5-stopniowej).

- Nasi studenci oceniają także swoich wykładowców w anonimowej ankiecie **OKD (ocena kadry dydaktycznej)**. W ostatnim semestrze średnia **ocena wykładowców kierunku Media i komunikacja w biznesie** na Uniwersytecie WSB Merito Opole wyniosła **4,58** (w skali 5-stopniowej).

Ogólnopolska Olimpiada Wiedzy o Mediach

Współczesne media intrygują, dziwią, oburzają, często jednak powodem takiego stanu rzeczy jest brak rzetelnej wiedzy o ich funkcjonowaniu, historii i ewolucji, strukturze i mechanizmach działania. Uniwersytet Warszawski pragnie wyjść naprzeciw temu zjawisku i zachęcić społeczeństwo, a zwłaszcza ludzi młodych do zainteresowania się tym jednym z elementów otaczającej nas rzeczywistości.



Program

Praktyczne studia

Uczymy tak, aby jak najlepiej przygotować Cię do rzeczywistych wyzwań, z jakimi spotkasz się w pracy zawodowej.

- **Projekty grupowe** – realne problemy biznesowe.
- **Symulacje** – decyzje w warunkach rynkowych.
- **Staże i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

Wybrane zajęcia ogólne i kierunkowe

- BHP
- Język obcy
- Praca zespołowa z wykorzystaniem narzędzi IT
- Technologia informacyjna
- Komunikacja społeczna
- Globalizacja – nowe wyzwania współczesnego świata
- Ekonomiczne otoczenie przedsiębiorstwa
- Metody efektywnej nauki
- Elementy prawa
- Metody prezentacji danych
- Etyka
- Psychologia marketingu
- Debata współczesna
- Standardy prac projektowych
- Global Marketing Mix/ Selbstpraesentation und oeffentlicher Auftritt
- Podstawy zrównoważonego rozwoju
- Socjologia internetu



- Metody badań społecznych
- Różnice międzykulturowe
- Instrumentarium zarządzania
- Design Thinking
- Prawo mediów
- Cyberbezpieczeństwo
- Instrumentarium reklamy
- Procesy komunikacji medialnej
- Organizacja i zarządzanie podmiotami medialnymi
- OSINT - techniki pozyskiwania informacji
- Komunikacja w społecznościach lokalnych
- Systemy medialne na świecie
- Digital Marketing
- AI w marketingu
- Estetyka i design
- Wystąpienia publiczne i autoprezentacja
- Media Planning
- Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych
- Kampanie zintegrowane
- Przedmiot do wyboru: Savoire vivre/Negocjacje i protokół dyplomatyczny
- Przedmiot do wyboru: Kreativiteat/Consumer Behaviour
- Praktyka zawodowa
- Projekt kierunkowy

Wybrane zajęcia specjalnościowe:

- Copywriting z elementami storytellingu
- Spoty reklamowe i filmy wizerunkowe
- Big Data w marketingu
- Mobile Marketing
- Trendwatching od A do Z



Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 240 godzin nauki jednego języka obcego (60 godzin w semestrze, od 2 do 5 semestru).

Na studiach niestacjonarnych:

- 64 godziny nauki jednego języka obcego w 2 i 3 semestrze.

Możesz wybrać: j. angielski lub j. niemiecki

Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich realizują **960 godzin praktyk (24 tygodnie)**, zdobywając doświadczenie zawodowe. Jeśli pracujesz w zawodzie zgodnym z kierunkiem studiów, możesz zaliczyć praktyki na podstawie zatrudnienia. W trakcie studiów masz też szansę na płatny staż. Programy stażowe przygotowują pracodawcy, z którymi współpracujemy, dostosowując wymagania do stanowisk, co ułatwia pierwsze kroki zawodowe.

Sposób zaliczenia studiów

Tworzysz w zespole projekt dyplomowy, który rozwiązuje praktyczny lub teoretyczny problem związany z Twoim kierunkiem. Badając literaturę i przeprowadzając własne analizy, pracujesz nad autorską propozycją rozwiązania problemu. Wszystko, czego nauczysz się podczas studiów, pozwala Ci na stworzenie profesjonalnej pracy opartej na realnych danych i działaniach. by uzyskać tytuł licencjata, taki projekt musisz obronić przed komisją. To Ty wyznaczasz kierunek swojego projektu!

Partnerzy



Zasady rekrutacji

Aby zostać studentem studiów I stopnia (licencjackich lub inżynierskich) na Uniwersytecie WSB Merito, należy:

- ukończyć szkołę średnią,
- zdać maturę i uzyskać świadectwo dojrzałości,

Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z programu Very Important Student (VIS) i studiować w pierwszym semestrze nawet za darmo.
- Możesz otrzymać te same stypendia, co



- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
 - spełnić wymogi wynikające z zasad rekrutacji.
- [Dowiedz się więcej](#)

studenci uczelni publicznych, w tym naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi.

- Elastyczny system opłat pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.
- [Dowiedz się więcej](#)

Ceny

Dla Kandydatów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	301 zł 380 zł (12 x 301 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 296zł	1 rok	398 zł 477 zł (12 x 398 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 393zł
2 rok	521 zł (12 x 521 zł)	2 rok	477 zł (12 x 477 zł)
3 rok	680 zł (10 x 680 zł)	3 rok	556 zł (10 x 556 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	301 zł 380 zł (12 x 301 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 296zł	1 rok	398 zł 477 zł (12 x 398 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 393zł
2 rok	521 zł (12 x 521 zł)	2 rok	477 zł (12 x 477 zł)
3 rok	680 zł (10 x 680 zł)	3 rok	556 zł (10 x 556 zł)

Dla naszych absolwentów

Czesne stopniowane		Czesne równe	
Studia stacjonarne			
1 rok	268 zł 380 zł (12 x 268 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 263zł	1 rok	365 zł 477 zł (12 x 365 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 360zł
2 rok	521 zł (12 x 521 zł)	2 rok	477 zł (12 x 477 zł)
3 rok	680 zł (10 x 680 zł)	3 rok	556 zł (10 x 556 zł)
Studia niestacjonarne			
1 rok	268 zł 380 zł (12 x 268 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 263zł	1 rok	365 zł 477 zł (12 x 365 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 360zł
2 rok	521 zł (12 x 521 zł)	2 rok	477 zł (12 x 477 zł)
3 rok	680 zł (10 x 680 zł)	3 rok	556 zł (10 x 556 zł)

Dla kandydatów z zagranicy



Czesne równe	
Studia stacjonarne	
1 rok	2230 zł 2700 zł (2 x 2230 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2200zł
2 rok	2700 zł (2 x 2700 zł)
3 rok	2700 zł (2 x 2700 zł)
Studia niestacjonarne	
1 rok	2230 zł 2700 zł (2 x 2230 zł) Najniższa cena z ostatnich 30 dni: 2200zł
2 rok	2700 zł (2 x 2700 zł)
3 rok	2700 zł (2 x 2700 zł)

W oparciu o art. 80 ust. 3 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce uczelnia raz w roku akademickim zwiększa wysokość czesnego określonego w § 3 ust. 1 Umowy o wskaźnik równy wskaźnikowi wzrostu cen towarów i usług konsumpcyjnych za rok kalendarzowy poprzedzający rok, w którym dokonuje się waloryzacji, ogłoszony przez Prezesa Głównego Urzędu Statystycznego, łącznie nie więcej niż o 30 % do czasu ukończenia studiów określonych w Umowie.

Specjalności na kierunku Media i komunikacja w biznesie

Social media i technologie cyfrowe

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Online • Tradycyjne

Komunikacja wizerunkowa

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Strategie Digital Marketingu

Form: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe • Tradycyjne

Wykładowcy

dr Anna Karwacka, Menedżer kierunku

- Doktor nauk społecznych w zakresie komunikacji społecznej i mediów. Specjalizuje się w sztucznej inteligencji, public relations, marketingu terytorialnym oraz smart city.
- Ekspertka ds. mediów i komunikacji z 25-letnim doświadczeniem w zarządzaniu obszarami PR, marketingu i sprzedaży w środowisku międzynarodowym. Przez wiele lat pełniła funkcję rzecznika prasowego.



- Przeprowadzała audyty wizerunkowe oraz tworzyła innowacyjne strategie promocji firm w środowisku cyfrowym. Skutecznie wdrażała kampanie marketingowe w strukturach sprzedaży wielokanałowej.
- Absolwentka filologii romańskiej i angielskiej oraz studiów podyplomowych: dyplomacja kulturalna i marketing międzynarodowy. Biegle włada czterema językami.

dr Przemysław Szuba

- Specjalizuje się w koordynacji i realizacji badań społecznych i marketingowych. Oprócz dydaktyki działa w branży public relations, świadcząc usługi doradcze dla różnych organizacji.
- Od 2015 roku pracuje w agencji PR Exacto, zarządza działem badań i analiz strategicznych; od 2022 roku pełni funkcję nauczyciela akademickiego.
- Certyfikowany badacz IBM SPSS Statistics, autor ponad stu raportów i strategii, kilkudziesięciu artykułów naukowych oraz książki „Komunikacja kryzysowa. Analiza sektora agencji public relations”.
- Łączy praktykę z nauką i współpracował z kilkudziesięcioma uczelniami wyższymi w ramach grantów B+R.

dr Sandra Murzicz

- Specjalizuje się w komunikacji, budowaniu wizerunku marki oraz wystąpieniach publicznych.
- Posiada doświadczenie w prowadzeniu firmy oraz organizacji pozarządowej.
- Tworzy kampanie marketingowe i współtworzy programy telewizyjne, w tym Pytanie na śniadanie i Kuchenne rewolucje.
- Ma wieloletnie doświadczenie w pracy w samorządzie województwa, prowadzeniu fundacji oraz we współpracy ze studentami.

dr hab. Sławomir Gawroński

- Specjalizuje się w komunikacji marketingowej, digital marketingu i PR. Autor ponad 100 publikacji naukowych. Nauczyciel akademicki z 25-letnim doświadczeniem w Polsce i za granicą.
- Doświadczony ekspert, wieloletni współpracownik NAWA, PARP, NCBiR i FnRNP. Członek Akademii Kopernikańskiej oraz Sektorowych Rad ds. Kompetencji w komunikacji marketingowej i przemyśle lotniczym.
- Kierownik międzynarodowych projektów badawczych, ekspert komisji akredytacyjnych Republiki Słowenii oraz Czarnogóry.
- Posiadacz certyfikatów DIMAQ Professional, Six Sigma Black Belt, EFFAS ESG Essentials oraz Agile PM. Akredytowany egzaminator DIMAQ.

dr Piotr Pietrakowski

- Absolwent Wyższej Szkoły Oficerskiej Wojsk Lądowych we Wrocławiu; doktor nauk społecznych w zakresie nauk o polityce Uniwersytetu Wrocławskiego.



- Wieloletni dowódca i wykładowca w Polsce i za granicą w modułach międzynarodowych wspólnej polityki bezpieczeństwa oraz przywództwa
- Weteran OEF i ISAF w Afganistanie; odznaczony dwukrotnie Gwiazdą Afganistanu, ma Army Commendation Medal oraz inne medale za zasługi.
- Wieloletni członek Międzynarodowej Grupy Wdrożeniowej przy KE ds. jakości kształcenia oficerów UE; koordynuje krajowe i międzynarodowe kursy przywódcze.

dr Katarzyna Giereło-Klimaszewska

- Politolog, medioznawca, wykładowca, dziennikarka, szkoleniowiec, regionalistka. Autorka ponad 30 publikacji nt mediów, komunikowania politycznego a także historycznego dziedzictwa Karkonoszy.
- Jako dziennikarka pracowała m.in. w „Super Expressie”, Wprost”, „Życiu”, RMF. Współtwórczyni pierwszej w Polsce firmy skupiającej dziennikarzy-freelancerów Dedlajn (Warszawa).
- Zajmuje się różnymi aspektami komunikacji politycznej, głównie związanymi z funkcjonowaniem mediów. Od kilku lat prowadzi badania nad zagadnieniami związanym z dezinformacją i fake news.
- Zaangażowana w propagowanie wiedzy o dezinformacji oraz architekturze i dziedzictwie Karkonoszy i Dolnego Śląska.