

Komunikacja biznesowa i PR

STUDIA I STOPNIA - SPECJALNOŚĆ

Forma: Niestacjonarne • Stacjonarne

Sposób realizacji: Hybrydowe

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

Miasto: Warszawa



Czego się nauczysz?

- Zdobędziesz umiejętności w **budowaniu skutecznych strategii komunikacyjnych**, które wzmacniają pozycję marki na rynku.
- Nauczysz się **kreowania wizerunku marki**, by budować zaufanie i rozpoznawalność wśród klientów oraz partnerów biznesowych.
- Opanujesz sztukę **prowadzenia relacji z mediami i klientami**, co umożliwi efektywną komunikację w różnych kanałach.
- Zrozumiesz, jak **zarządzać kryzysem** w organizacji i zapobiegać trudnym sytuacjom poprzez odpowiednie działania PR.
- Nauczysz się tworzyć **treści marketingowe**, które skutecznie angażują odbiorców i wspierają cele biznesowe.
- Poznasz zasady **organizacji eventów**, które pomagają budować pozytywny wizerunek firmy i angażować społeczność.

Praca dla Ciebie

- Jako **specjalista ds. Public Relations** będziesz odpowiedzialny za budowanie wizerunku firmy i relacji z mediami.
- Na stanowisku **konsultanta ds. komunikacji korporacyjnej** pomożesz firmom w opracowywaniu strategii komunikacyjnych.
- Pracując jako **analityk mediów społecznościowych**, będziesz monitorować i analizować działania w social mediach.
- W roli **copywritera** stworzysz treści marketingowe, które skutecznie przyciągają uwagę odbiorców.
- Jako **specjalista ds. eventów** zorganizujesz wydarzenia wspierające cele biznesowe firmy.
- Na stanowisku **managera ds. komunikacji wewnętrznej**, zadbasz o efektywną komunikację w strukturach organizacji.

Program studiów

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.



- **Staż i praktyki** – doświadczenie w firmach.
- **Wykłady z praktykami** – eksperci z rynku.
- **Nowoczesne narzędzia** – aktualne technologie.
- **Case studies** – analiza realnych przypadków.

Wybrane zajęcia kierunkowe

- Elementy psychologii społecznej
- Komunikacja interpersonalna
- Podstawy prawa
- Psychologia komunikacji i marketingu
- Komunikowanie społeczne i medialne
- Prawo mediów
- Zarządzanie organizacją
- Instrumenty reklamy i PR
- Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach
- Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych

Wybrane zajęcia specjalnościowe

- Zarządzanie marką i wizerunkiem firmy
- Organizacja wydarzeń
- Projektowanie komunikacji
- Budowanie marki osobistej
- Media społecznościowe
- Komunikacja wizualna
- Etykieta w biznesie
- Komunikacja finansowa spółek i banków
- Rzecznictwo prasowe



Nauka języka obcego

Na studiach stacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

Forma realizacji:

wszystkie zajęcia prowadzone są w formie stacjonarnej z lektorem.

Na studiach niestacjonarnych:

- 120 godzin nauki języka obcego (30 godz. na semestr) od 1-4 semestru.

Forma realizacji:

- 16 godzin zajęć w sali z lektorem (zjazdy)
- 14 godzin realizowanych w formule e-learningowej

Do wyboru: angielski, niemiecki, hiszpański.

Praktyki i staże

Praktyki studenckie to ważny element studiów. Studenci studiów licencjackich oraz jednolitych studiów magisterskich 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

Studia kończysz **obroną pracy dyplomowej**. Podczas egzaminu **przedstawiasz wnioski z przeprowadzonych badań**, a komisja zadaje pytania dotyczące Twojej pracy oraz zagadnień związanych z kierunkiem studiów. **Obrona stanowi warunek uzyskania tytułu licencjata** i jest podsumowaniem zdobytej wiedzy oraz umiejętności.

Temat pracy wybierasz samodzielnie, rozwijając obszar najlepiej dopasowany do Twoich zainteresowań i planów zawodowych. Jest on zgodny zarówno z kierunkiem studiów, jak i wybraną przez Ciebie specjalnością.

Partnerzy kierunku





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,
- złożyć komplet wymaganych dokumentów,
- spełnić wymogi wynikające z zasad rekrutacji,
- o przyjęciu decyduje kolejność zgłoszeń oraz kompletność dokumentów.

[Dowiedz się więcej](#)

Stypendia i zniżki

- Na studiach I stopnia i jednolitych magisterskich możesz skorzystać z **Programu Very Important Student (VIS)** i studiować pierwszy semestr nawet za darmo.
- Możesz otrzymać te same stypendia, co studenci uczelni publicznych, w tym **naukowe, sportowe, socjalne i zapomogi**.
- Dodatkowo, **elastyczny system opłat** pozwala Ci wybrać, w ilu ratach chcesz opłacać czesne.

[Dowiedz się więcej](#)

Ceny

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.

Wykładowcy

mgr Katarzyna Kasprzyk, Menedżer kierunku

- Menedżer Kierunku Media i Komunikacja w Biznesie, Dyplomowany Coach, trener biznesu i kompetencji miękkich, wykładowca akademicki z dwunastoletnim stażem.
- Absolwentka kierunku Zarządzanie WSM w Warszawie, Studiów Podyplomowych Public Relations i współpraca z mediami Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie, Biznes Coaching w WSM w Warszawie.
- Ukończyła Kwalifikacyjne Studia Podyplomowe Emisja głosu na Uniwersytecie Marii Skłodowskiej – Curie w Lublinie. Jako trener specjalizuje się w szkoleniach z wystąpień publicznych i pracy z kamerą.
- Ekspert w dziedzinach: Public Relations i współpraca z mediami, wystąpienia przed kamerą, emisja głosu w prezentacjach biznesowych, social media.

mgr Anna Domin

- Filozof-Ekspertka w zakresie etycznej komunikacji, ESG i strategii zrównoważonego marketingu. Współtworzy kampanie społeczne i edukacyjne, które inspirują do zmiany. Autorka kampanii #jużwszystkomam.
- Ambasadorka AI, wykładowczyni akademicka, mentorka i autorka treści z pogranicza filozofii,



etyki, marketingu i komunikacji. Łączy humanistyczną refleksję z praktyką biznesową.

- Doświadczona strateg komunikacyjna. Pracuje z kancelariami, markami kreatywnymi i przemysłowymi. Łączy wiedzę humanistyczną z praktyką biznesową. Współtwórczyni kolektywu THOSEGIRLS.PL
- Pisze o architekturze, wzornictwie i zrównoważonym projektowaniu dla Architect@Work i Architecture Snob. Współpracuje z mediami i wydarzeniami branżowymi jako autorka i redaktorka.

mgr Agnieszka Nowakowska-Twardowska

- Specjalista marketingu medialnego, komunikacji i PR z dwudziestoletnim doświadczeniem w pracy na rynku produktowym i korporacyjnym, a także dziennikarz.
- Absolwentka Dziennikarstwa na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego, specjalność Marketing Medialny i Public Relations oraz studiów doktoranckich na WDiNP Uniwersytetu Warszawskiego.
- Jego zainteresowania naukowe obejmują dziennikarstwo, historię mediów i marketing. Pełni także funkcję opiekuna Koła Naukowego Rozwoju Liderów Biznesu.
- Znajomość rynku marketingu i PR, specjalista w zakresie budowania wizerunku marki, ekspert w obszarze wystąpień publicznych i szkoleń.

mgr Damian Stanisławski

- Dziennikarz, prezenter telewizyjny, publicysta, medioznawca, wykładowca akademicki, specjalista ds. mediów, komunikacji i wizerunku, a także bezpieczeństwa międzynarodowego i polityki zagranicznej.
- Zdobywał doświadczenie w TVN, Telewizji Polskiej, Telewizji Wielkopolskiej i wPolsce24, pracując m.in. jako prezenter programów informacyjnych i publicystycznych, wydawca oraz redaktor naczelny
- Reporter relacjonujący najważniejsze wydarzenia z kraju i z zagranicy m.in.: trzęsienie ziemi w Turcji, zamachy w Izraelu, wybory prezydenckie i parlamentarne na świecie. Trener wystąpień publicznych.
- Absolwent Uniwersytetu Warszawskiego, specjalność studia badań nad Afryką, Bliskim i Środkowym Wschodem, a także Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza, specjalność prawo dyplomatyczne i konsularne.

dr Robert Antoszczak

- Specjalizuje się w badaniach użyteczności (UX) oraz zastosowaniach sztucznej inteligencji w komunikacji medialnej i biznesie. Badacz komunikacji interpersonalnej oraz kreatywności.
- Od 25 lat jako przedsiębiorca prowadzi m.in. software house realizujący projekty z obszaru mediów interaktywnych, w tym portale internetowe i aplikacje. Tworzy programy rozwojowe dla firm i instytucji
- Członek Akademii Internetu Webstarfestival (2012-2014). Laureat nagród Innovations oraz Dobry Wzór za projekt Systemu Informacji Pasażerskiej dla AMS S.A.



- Prowadzi coaching indywidualny i zespołowy, projektuje oraz rozwija produkty cyfrowe, realizuje badania UX i AI, zarządza projektami IT oraz stosuje Design Thinking i badania ilościowe i jakościowe.

dr Michał Szymko

- Naukowo i popularyzatorsko zajmuje się sztuką współczesną oraz sztuką europejskich mniejszości etnicznych, m.in. łemkowską/rusińską. Kurator wystaw poświęconych tej tematyce.
- Łączy karierę naukową z pracą w sektorze kultury, m.in. w Muzeum Sztuki Nowoczesnej w Warszawie i Teatrze Powszechnym. Współtworzył Forum Przyszłości Kultury.
- Autor licznych opracowań poświęconych sztuce współczesnej i wystawiennictwu. W 2021 roku laureat grantu Santander Universidades dla najlepszych doktorantów.
- Doświadczenie obejmuje historię i teorię sztuki współczesnej, sztukę europejskich mniejszości etnicznych, kuratorstwo, zarządzanie w kulturze oraz audience development.

dr Marcin Radomski

- Specjalizuje się w naukach o komunikacji, dziennikarstwie, historii filmu, nowych mediach i public relations. Analizuje relacje między kulturą, mediami a społecznym wymiarem przekazu.
- Prowadzi analizy komunikacji audiowizualnej, wizerunku medialnego oraz współczesnych modeli odbioru kultury. Łączy metodologię badań medioznawczych z praktyką dziennikarską.
- Autor książki „Inny świat? Kino autorskie Doroty Kędzierzawskiej” oraz tekstów krytycznych. Współpracował przy opracowaniach poświęconych nowym mediom i komunikacji kulturalnej.
- Dziennikarz, rzecznik prasowy i publicysta współpracujący z mediami ogólnopolskimi. Twórca projektu KINOrozmowa oraz prowadzący audycję w Polskim Radiu.

mgr Mateusz Blumenfeld

- Interesuje się AI w marketingu i sprzedaży oraz analityką zachowań. Łączy strategię digital, projektowanie procesów i współpracę z dużymi markami nad modelami wzrostu i efektywności.
- Head of Sales w agencji digitalowej. Odpowiada za strategię wzrostu, presales i kluczowe RFP, prowadząc projekty dla globalnych marek oraz łącząc sprzedaż z doradztwem strategicznym.
- Odpowiadał za rekordowe kwartały sprzedaży, wygrane przetargi i strategie dla wiodących marek. Zbudował proces kwalifikacji leadów oraz wdrożył standardy presales.
- Ma doświadczenie w strategii sprzedaży, skalowaniu zespołów i projektach digital. Właściciel kliniki ME w Warszawie, mentor WSB Merito, ekspert CRM i automatyzacji.

mgr Marian Dachniewski

- Jako dziennikarz z 40 letnim stażem zdobytym doświadczeniem w PR i TV i wykształceniem dziennikarsko-politologicznym zajmuje się przedmiotami z pogranicza komunikacji społecznej, etyki i dziennikarstwa.
- Ekspert w zakresie zjawisk politycznych i nauki dziennikarstwa. Łączy wiedzę akademicką z



praktyką, prowadząc badania i zajęcia dydaktyczne poświęcone polityce oraz mediom.

- Prowadził pracę i studia doktoranckie nad historią radia oraz nowymi formami aktywności PR w latach 70. XX wieku, analizując m.in. znaczenie audycji na żywo jako narzędzia komunikacji społecznej.
- Posiada umiejętność analizy zjawisk społeczno-politycznych w kraju i za granicą oraz ich komentowania, łącząc wiedzę teoretyczną z praktycznym spojrzeniem na procesy społeczne i polityczne.