

## **CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU *ZARZĄDZANIE KOMUNIKACJĄ MARKETINGOWĄ* WRAZ Z SYLWETKĄ ABSOLWENTA**

*Zarządzanie komunikacją marketingową* to interdyscyplinarny kierunek studiów drugiego stopnia łączący kilka dyscyplin z obszaru nauk społecznych (nauki o zarządzaniu, nauki o mediach, nauki o poznaniu i komunikacji społecznej, psychologia i socjologia). Studia adresowane są do przyszłych pracowników organizacji, dla których relacje z otoczeniem zewnętrznym odgrywają zasadniczą rolę. Kształcenie odbywać się będzie przez cztery semestry (1005 godzin – bez praktyk zawodowych), a jego celem jest przygotowanie absolwenta do roli menedżera komunikacji marketingowej oraz doradcy ds. komunikacji i wizerunku. Osoby kształcące się na tym kierunku mają możliwość zdobycia różnorodnych kompetencji społecznych oraz umiejętności ułatwiających im funkcjonowanie w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu. Zostaną przygotowane do pracy w działach marketingu, promocji, komunikacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym w podmiotach gospodarczych, instytucjach użyteczności publicznej oraz organizacjach pozarządowych.

Absolwent posiada specjalistyczną wiedzę z zakresu najnowszych sposobów budowania efektywnych strategii komunikacyjnych, funkcjonowania współczesnych mediów oraz umiejętności analizy zjawisk społecznych, politycznych, gospodarczych i kulturowych. Zna metody badania opinii publicznej, metody prowadzenia negocjacji i dyskursu medialnego. Jest dobrze zorientowany w zakresie i specyfice pracy mediów globalnych, ogólnopolskich i regionalnych. Wykazuje dużą sprawność w zakresie wykorzystania najnowszych technologii komunikacyjnych w procesie prowadzenia skutecznej polityki informacyjnej firmy/ instytucji. Posiada umiejętności menedżerskie, budowania strategii public relations, organizowania konferencji prasowych, eventów, wystąpień publicznych. Potrafi współpracować z mediami, ośrodkami prognozowania społecznego oraz agencjami PR. Profesjonalnie prowadzi kampanie reklamowe i promocyjne. Potrafi zarządzać projektami oraz specjalistycznymi zespołami. Rozumiejąc jednocześnie na czym polega rola lidera i przywódcy. Absolwent zweryfikuje i pogłębi swoje kompetencje i umiejętności podczas praktyk zawodowych trwających łącznie 360 godzin.

Absolwent będzie znał język obcy na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy oraz będzie umiał posługiwać się językiem specjalistycznym z w stopniu koniecznym do wykonywania zawodu (Business English) na poziomie biegłości C1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.

Kończąc studia kierunkowe absolwent osiągnie kompetencje pozwalające na podjęcie pracy w:

- agencjach marketingowych, reklamy i public relations,
- działach obsługi klienta,
- komórkach PR struktur administracyjnych,
- działach PR i marketingu podmiotów gospodarczych,
- działach marketingu i komunikacji społecznej instytucji użyteczności publicznej oraz organizacji pozarządowych,
- biurach rzecznika prasowego,
- biurach poselskich i sztabach wyborczych,
- organizacjach non-profit.