



Uniwersytet WSB Merito w Poznaniu
Wydział Przedsiębiorczości i Innowacji w Warszawie

Program studiów
Dla kierunku
„Media i komunikacja w biznesie”
Studia I Stopnia

Studia: stacjonarne i niestacjonarne

Profil: praktyczny

Rok akademicki 2025/2026

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów	Media i komunikacja w biznesie	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	
Profil kształcenia	Praktyczny	
Forma studiów	Stacjonarne i niestacjonarne	
Czas trwania studiów (w semestrach)	Sześć semestrów	
Łączna liczba punktów ECTS dla danej formy studiów	180	
Łączna liczba godzin określona w programie studiów	Studia stacjonarne 2411 h	Studia niestacjonarne 1846 h
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	licencjat	
Wymiar praktyk zawodowych	960 h	
Język prowadzenia studiów	polski	
Rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2025/2026	

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Symbol efektu	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk efektów uczenia się dla poziomu 6
	WIEDZA Absolwent zna i rozumie:	
MiKwB_I_W01	w zaawansowanym stopniu obszary, zjawiska oraz teorię nauki o komunikacji społecznej i mediach jako dyscypliny naukowej, charakteryzuje jej związek z innymi dyscyplinami z zakresu nauk społecznych	P6S_WG
MiKwB_I_W02	problematykę nauk społecznych z perspektywy polskiej, europejskiej i globalnej: (a) o najbliższym społecznym otoczeniu człowieka (np. rodzina, zakład pracy); (b) o wspólnotach lokalnych, wspólnotach wirtualnych, organizacjach publicznych i politycznych	P6S_WG
MiKwB_I_W03	w zaawansowanym stopniu procesy, zjawiska, zależności, podmioty, struktury i instytucje związane z mediami oraz nauką o poznaniu i komunikacji społecznej w kontekście biznesowym oraz elementy na nie wpływające	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W04	rodzaje więzi społecznych (rodzinnych, kulturowych, zawodowych, organizacyjnych, biznesowych, terytorialnych, ekonomicznych, prawnych) oraz rządzące nimi zasady	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W05	rolę jednostki oraz charakteryzuje uwarunkowania (np. socjologiczne, psychologiczne, kulturowe, prawne) funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, ze szczególnym uwzględnieniem uczestnictwa w życiu publicznym	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W06	w zaawansowanym stopniu metody właściwe dla mediów i komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście, a także narzędzia oraz techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać zjawiska, ich skutki, procesy, podmioty, struktury i instytucje społecznego komunikowania	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W07	prawidłowości, normy i reguły (prawne, techniczno-organizacyjne, etyczne) obejmujące struktury i instytucje systemów komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście	P6S_WK
MiKwB_I_W08	procesy przemian podmiotów, instytucji i struktur komunikacji w biznesie oraz ich przyczyny, przebieg, a także skalę	P6S_WG
MiKwB_I_W09	relacje, uwarunkowania, współzależności między podmiotami jednostkowymi i zbiorowymi, o charakterze relacji międzyludzkich, źródła i sposoby rozwiązywania konfliktów społecznych, rozróżnia strategie działania i podejmowania decyzji	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W10	w zaawansowanym stopniu uwarunkowania, pojęcia oraz zasady z zakresu funkcjonowania mediów, social mediów, prawa autorskiego, własności intelektualnej, public relations, reklamy, promocji, prezentacji, narracji, perswazji	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W11	przyczyny, przebieg, skalę i skutki procesów oraz zmian społecznych oraz rozumie ich wpływ na procesy komunikacji w biznesie i na działanie mediów	P6S_WG P6S_WK
MiKwB_I_W12	ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości oparte na wiedzy z zakresu dziedzin właściwych	P6S_WK

	dla komunikacji społecznej w kontekście biznesowym	
	UMIEJĘTNOŚCI Absolwent potrafi:	
MiKwB_I_U01	obserwować, analizować i interpretować zjawiska oraz procesy zachodzące w zakresie lokalnym i globalnym w kontekście public relations, mediów, a także komunikacji społecznej	P6S_UW
MiKwB_I_U02	wykorzystać wiedzę teoretyczną do pozyskiwania danych w celu praktycznego analizowania procesów i zjawisk z zakresu public relations, medioznawstwa, a także komunikacji społecznej	P6S_UW
MiKwB_I_U03	dokonywać analizy symptomów, przyczyn i przebiegu procesów oraz zjawisk społecznych warunkujących skuteczną komunikację społeczną, medialną i biznesową	P6S_UU
MiKwB_I_U04	wykorzystać media oraz technologie informacyjno- komunikacyjne do przeprowadzania oraz interpretowania badań społecznych, a także projektowania strategii komunikacyjnych i medialnych	P6S_UW P6S_UK
MiKwB_I_U05	posługiwać się systemami normatywnymi oraz wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązywania zadań z zakresu public relations, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej	P6S_UW
MiKwB_I_U06	stosować wiedzę z zakresu mediów, komunikacji społecznej w realizacji zadań pracownika organizacji, instytucji, firmy lub w roli przedsiębiorcy	P6S_UW
MiKwB_I_U07	oceniać i wdrażać rozwiązania problemów z zakresu public relations, mediów, a także komunikacji społecznej i biznesowej oraz dobrać metody i instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać	P6S_UW
MiKwB_I_U08	stosować w praktyce narzędzia i metody właściwe dla komunikacji w biznesie w opisie i analizowaniu zjawisk społecznych w kontekście procesów lokalnych i globalnych	P6S_UW
MiKwB_I_U09	planować pracę grupy, podejmować aktywność własną, organizować pracę z wykorzystaniem narzędzi analitycznych i technologii informacyjno-komunikacyjnych	P6S_UO
MiKwB_I_U10	komunikować się na różnych płaszczyznach: interpersonalnej, grupowej, sieciowej z otoczeniem mono- i wielokulturowym, przekazywać informacje przy użyciu różnego typu metod (debaty), środków (mediów) i narzędzi komunikowania np. programów specjalistycznych, aplikacji, platform itp. (w języku ojczystym i obcym)	P6S_UK
MiKwB_I_U11	posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P6S_UK
MiKwB_I_U12	projektować, analizować i oceniać różne typy komunikatów medialnych z wykorzystaniem narzędzi, aplikacji i technologii informacyjno-komunikacyjnych	P6S_UW P6S_UK
MiKwB_I_U13	samodzielnie planować i organizować własną ścieżkę samokształcenia w oparciu o nowoczesne, innowacyjne metody i techniki uczenia się, a także trendy nauki w ciągu całego życia (<i>life long learning</i>)	P6S_UU
	KOMPETENCJE SPOŁECZNE Absolwent jest gotów do:	
MiKwB_I_K01	krytycznego oceniania odbieranych treści, a także posiadanej wiedzy, którą wykorzystuje do określania priorytetów, planowania oraz organizowania zadań	P6S_KK

MiKwB_I_K02	przestrzegania zasad etycznych w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych; identyfikowania i rozstrzygania dylematów oraz różnych wariantów rozwiązań związanych z wykonywaniem zawodu	P6S_KO P6S_KR
MiKwB_I_K03	uczestnictwa w inicjatywach społecznych przestrzegając zasad oraz wymagań prawnych, ekonomicznych, politycznych i społecznych	P6S_KO
MiKwB_I_K04	samodzielnego rozwiązywania problemów, a w razie trudności zasięgania opinii ekspertów	P6S_KO
MiKwB_I_K05	działania w sposób przedsiębiorczy	P6S_KR

III. ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY PROWADZENIA WRAZ Z PRZYPISANIEM DO NICH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ I TREŚCI PROGRAMOWYCH ZAPEWNIAJĄCYCH UZYSKANIE EFEKTÓW

A) PRZYPISANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DO ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ NIEZALEŻNIE OD FORMY ICH PROWADZENIA

symbol efektu	Studiowanie w WSB Merito	Uczenie się i krytyczne myślenie	Kompetencje przyszłości	Etyka i społeczna odpowiedzialność	Ochrona własności intelektualnej	Technologie informacyjne	Przedsiębiorczość i współpraca w	Praca projektowa 1, 2	Wyzwania przyszłości - do wyboru	Elementy psychologii społecznej	Komunikacja interpersonalna	Podstawy prawa	Psychologia komunikacji i marketingu	Projekt semestralny	BHP	Język obcy	Przedsiębiorczość i twórcze	Komunikowanie społeczne i medialne	Warsztaty pracy z tekstem: copywriting,	Prawo mediów	Zarządzanie organizacją	Wyszukiwanie i analiza informacji	Wychowanie fizyczne	Zarządzanie komunikacją w organizacji	Instrumenty reklamy i PR	Kształtowanie wizerunku organizacji w	Komunikacja w społecznościach	Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach	Prawa człowieka	Wykład monograficzny - Nowe media i e-	Wykład do wyboru (humanistyczny)	Projekt międzykierunkowy	Wykład do wyboru w j.obcym	Proseminarium	Praktyka zawodowa	Umiejętności menedżerskie	Seminarium dyplomowe	Specjalności		
MiKwB_I_W01										1	1		1					1		1	1	1			1	1	1	1			1							1		
MiKwB_I_W02									1									1			1	1					1					1						1		
MiKwB_I_W03											1	1	1					1			1	1		1		1	1				1						1	1		
MiKwB_I_W04	1			1						1																										1		1		
MiKwB_I_W05		1							1		1									1							1	1				1		1					1	
MiKwB_I_W06					1			1						1					1	1			1	1	1		1			1		1			1			1	1	
MiKwB_I_W07				1								1			1					1		1		1					1		1		1						1	
MiKwB_I_W08												1												1															1	
MiKwB_I_W09										1	1		1					1									1	1	1	1										1
MiKwB_I_W10				1															1						1	1						1			1				1	
MiKwB_I_W11			1	1			1			1							1	1		1								1	1	1		1							1	
MiKwB_I_W12			1				1										1																1			1			1	

MiKwB_I_U01								1		1		1					1				1		1		1			1	1	1			1	1	1	
MiKwB_I_U02							1					1				1	1		1	1			1		1								1	1		
MiKwB_I_U03									1		1					1			1	1		1		1	1	1	1		1				1	1	1	
MiKwB_I_U04										1						1			1	1					1	1									1	
MiKwB_I_U05				1	1			1			1	1	1	1	1			1		1		1				1									1	
MiKwB_I_U06					1			1					1												1							1			1	
MiKwB_I_U07								1				1		1						1					1								1		1	
MiKwB_I_U08				1					1	1							1							1	1	1	1					1			1	
MiKwB_I_U09						1	1	1					1			1		1						1	1						1		1		1	
MiKwB_I_U10	1		1			1	1				1				1	1	1	1				1				1					1		1		1	
MiKwB_I_U11															1																		1			
MiKwB_I_U12		1						1					1				1																		1	
MiKwB_I_U13		1	1						1				1								1									1		1		1		1
MiKwB_I_K01		1	1	1				1	1				1	1	1	1			1		1	1				1	1		1	1	1	1			1	1
MiKwB_I_K02	1		1		1	1	1				1	1	1				1		1	1		1		1	1	1		1	1	1		1		1	1	
MiKwB_I_K03				1								1					1		1		1	1				1									1	
MiKwB_I_K04						1		1			1			1				1					1	1									1	1		1
MiKwB_I_K05							1	1		1				1			1	1			1				1	1	1		1					1		1

**B) ZAJĘCIA LUB GRUPY ZAJĘĆ ORAZ TREŚCI PROGRAMOWE ZAPEWNIAJĄCE
UZYSKANIE EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

nazwa zajęć / specjalności	opis zajęć / specjalności
Studiowanie w WSB Merito	Celem zajęć jest zainicjowanie poczucia identyfikacji studenta / studentki z Uczelnią, poznanie możliwości płynących ze studiowania na wybranym kierunku, integracja z grupą oraz zdobycie wiedzy na temat procesu studiowania i funkcjonowania struktur organizacyjnych w Uczelni ułatwiających dalszą naukę i budowanie wspólnoty akademickiej.
Uczenie się i krytyczne myślenie	W trakcie zajęć student / studentka poznaje w praktyce skuteczne metody uczenia się, które wspierają proces studiowania.
Kompetencje przyszłości	Celem zajęć jest przedstawienie kluczowych kompetencji wymaganych przez dynamicznie zmieniający się rynek pracy oraz tych, w które warto inwestować, by odpowiadać na te zmiany. Zajęcia mają także na celu przekazanie studentom praktycznych wskazówek dotyczących poruszania się po rynku pracy oraz omówienie zachodzących zmian w podejściu do pracy.
Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu	Celem zajęć jest zdobycie wiedzy w zakresie wybranych pojęć i problemów etycznych oraz przełożenie jej na wybrane zagadnienia praktyczne w dziedzinie paradygmatu społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) oraz poznanie istoty i roli etyki w działalności biznesowej, rozwijanie umiejętności analizy dylematów etycznych, związanych z działalnością biznesową.
Ochrona własności intelektualnej	Celem zajęć jest zdobycie wiedzy w zakresie ochrony własności intelektualnej (utworów, baz danych, wizerunku, etc.).
Technologie informacyjne	Celem zajęć jest zwiększenie kompetencji informatycznych studenta / studentki poprzez poznanie i praktyczne wykorzystanie narzędzi informatycznych, za pomocą których może on sprawniej pozyskiwać informacje, selekcjonować je, analizować, przetwarzać, zarządzać i przekazywać na potrzebę realizacji zadań zawodowych.
Przedsiębiorczość i współpraca w zespole	Celem zajęć jest budowanie i rozwinięcie u studenta / studentki postawy przedsiębiorczości rozumianej jako „branie spraw w swoje ręce” oraz kształtowanie zachowań i umiejętności sprzyjających efektywnej współpracy w zespole, a także rozwinięcie nastawienia na szukanie rozwiązań, rozwinięcie umiejętności budowania i utrzymywania relacji, kreatywności oraz zdobycie umiejętności dobrej organizacji pracy.
Praca projektowa 1	Celem zajęć jest poznanie metody projektów w teorii i praktyce, nauczenie się odróżniania problemów od celów i rezultatów projektu, nabycie umiejętności posługiwania się narzędziami projektowymi, rozwijanie umiejętności pracy zespołowej.
Elementy psychologii społecznej	Celem zajęć jest przekazanie podstawowej wiedzy zakresu procesów psychicznych, mechanizmów grupowych, interakcji społecznych, społecznego spostrzegania, funkcji stereotypów i zachowań ludzi znajdujących się w różnych sytuacjach społecznych.
Komunikacja interpersonalna	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z głównymi filozoficznymi, socjologicznymi i psychologicznymi teoretycznymi koncepcjami dotyczącymi procesów komunikowania, rozwijanie umiejętności dotyczących satysfakcjonującego i skutecznego komunikowania się

	w życiu osobistym i zawodowym; wskazanie na kulturowe, społeczne i psychologiczne uwarunkowania określonych wzorców i stylów komunikowania się.
Podstawy prawa	Celem zajęć jest dostarczenie wiedzy na temat podstawowych pojęć z zakresu teorii prawa, wskazanie na kryteria, które pozwalają na wyodrębnienie w ramach systemu prawa poszczególnych gałęzi (dziedzin) prawa, umożliwienie absolwentowi wyposażonemu w wiedzę z podstaw prawa samodzielnego załatwiania prostych spraw obywatelskich.
Psychologia komunikacji i marketingu	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z zagadnieniami i ćwiczenie umiejętności z obszaru psychologii w komunikacji i działaniach marketingowych. Poruszone zostaną zagadnienia z zakresu psychologii konsumenta, determinanty dokonywania wyborów, oceny produktów, zachowania na rynku, psychologii promocji i reklamy.
Projekt semestralny	Celem projektu semestralnego jest integracja wiedzy i umiejętności zdobywanych podczas studiów w praktycznym zadaniu / projekcie. Student / studentka nabywa umiejętność implementacji zdobywanej wiedzy do praktyki, rozwiązywania problemów zawodowych w praktyce, pracy w zespole projektowym oraz rozwija kompetencje transferowalne (samodzielność, odpowiedzialność, podejmowanie decyzji, samoorganizacja, komunikacja, współpraca w zespole, samoocena, autoewaluacja).
BHP	W trakcie zajęć student poznaje podstawowe regulacje i zagadnienia z zakresu ergonomii i BHP we współczesnych zakładach pracy, na Uczelni oraz w życiu pozazawodowym. Zapoznaje się z wzorcowymi rozwiązaniami w zakresie kształtowania warunków pracy. Zdobywa wiedzę na temat zagrożeń dla życia i zdrowia człowieka, ochrony przed nimi oraz postępowania w przypadku wystąpienia tych zagrożeń na terenie Uczelni.
Język obcy	Celem zajęć jest doskonalenie umiejętności językowych studenta zdobytych na wcześniejszych etapach edukacyjnych i nabywanie nowych, właściwych dla określonego poziomu językowego. Obok wybranych zagadnień języka ogólnego i biznesowego student wzbogaca swoją wiedzę interkulturową oraz przygotowuje się i wdraża do samodzielnej nauki języka obcego.
Przedsiębiorczość i twórcze rozwiązywanie problemów	Zajęcia przygotowują studenta do podejmowania działań przedsiębiorczych i twórczego rozwiązywania problemów. Student poznaje uwarunkowania i cechy przedsiębiorczości jako kompetencji człowieka i organizacji oraz rolę przedsiębiorcy. Wykorzystuje w praktyce metody rozwijania przedsiębiorczości oraz nowoczesne i kreatywne rozwiązania trudnych sytuacji w firmie.
Praca projektowa 2	Studenci w trakcie zajęć uczą się syntetycznego podejścia do pracy w grupach, w tym możliwości doskonalenia pracy grupowej na podstawie nabytych doświadczeń w tej dziedzinie w trakcie zajęć Praca projektowa 1, przeprowadzania analiz niezbędnych w przygotowaniu planu projektu, posługiwania się narzędziami projektowymi, dokonywania ewaluacji i oceny swoich dokonań w pracy zespołowej oraz pracy całego zespołu.
Komunikowanie społeczne i medialne	Celem zajęć jest zaprezentowanie wiedzy i ćwiczenie umiejętności dotyczących komunikacji społecznej i medialnej. Studenci zostaną zapoznani z wybranymi teoriami komunikacji społecznej, a także z koncepcjami dotyczącymi mediów i sposobami ich oddziaływań. W ramach zajęć studenci poznają środki komunikowania, będą ćwiczyli

	umiejętność analizy i konstruowania komunikatów medialnych, dowiedzą się, jakie czynniki perswazyjne występują w przekazach medialnych oraz w jaki sposób media wpływają na życie społeczne i tożsamość współczesnego człowieka.
Warsztaty pracy z tekstem: copywriting, creative writing, informacja prasowa	Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy teoretycznej oraz ćwiczenie umiejętności z zakresu copywritingu, creative writingu, informacji prasowej.
Prawo mediów	Celem zajęć jest nabycie przez studenta wiedzy i umiejętności z obszaru prawa mediów w Polsce i wybranych krajach UE. Zajęcia obejmują problematykę prawną prasy, radiofonii i telewizji, a także mediów cyfrowych. Omówione zostaną także zagadnienia związane m.in. z regulacjami medialnymi, prawami i obowiązkami dziennikarzy, RODO czy rolą technologii informacyjno-komunikacyjnych w mediach.
Zarządzanie organizacją	Celem zajęć jest przekazanie studentom współczesnej wiedzy rzeczowej obejmującej kategorie, związki przyczynowo-skutkowe oraz wybrane metody i techniki niezbędne do diagnozowania i doskonalenia procesów zarządzania.
Wyszukiwanie i analiza informacji	Celem zajęć jest zapoznanie studenta / studentki ze współczesnymi sposobami i możliwościami wyszukiwania informacji, weryfikowania ich, a także sposobami ich analizowania i wizualizowania. Student / studentka zdobędzie wiedzę dotyczącą metod pracy infobrokera czy analityka Big Data. Po zakończonych zajęciach studenci będą potrafili przeszukiwać zasoby sieci, zasoby bibliotek tradycyjnych i cyfrowych, archiwów, bazy danych czy repozytoriów instytucjonalnych itp. Uzyskają także umiejętność prezentowania zebranych informacji w postaci raportów, infografik, posterów czy prezentacji multimedialnych.
Wychowanie fizyczne	Celem zajęć jest rozwijanie sprawności fizycznej studentów, przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w kulturze fizycznej, kształtowanie pożądanых postaw w działalności indywidualnej i zespołowej, kształtowanie aktywności ruchowej niezbędnej w różnych przejawach działalności życiowej.
Zarządzanie komunikacją w organizacji	Celem zajęć jest zaznajomienie z problematyką procesu zarządzania komunikacją w organizacji, przekazanie wiedzy na temat istoty procesu zarządzania komunikacją w organizacji, kształcenie umiejętności obserwacji, analizy i interpretacji podstawowych zjawisk i procesów zachodzących w organizacji, zaprezentowanie pozytywnych przykładów wykorzystania wiedzy i umiejętności nabywanych w ramach zajęć.
Instrumenty reklamy i PR	Celem zajęć jest ćwiczenie umiejętności z zakresu projektowania przykładów tradycyjnych komunikatów reklamowych, kampanii zintegrowanych czy złożonych treści multimedialnych, analizy procesów komunikacji, budowania strategii komunikacji uwzględniających zarówno media tradycyjne, jak i te online, oraz łączenia komunikacji z koncepcjami strategii biznesowej, CSR oraz ESG.
Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach	Celem zajęć jest wypracowanie u studentów podstawowych umiejętności tworzenia wizerunku medialnego i publicznego oraz przygotowanie studenta do pracy w strukturach PR.
Komunikacja w społecznościach lokalnych	Celem zajęć jest ćwiczenie umiejętności z zakresu komunikacji w społecznościach lokalnych. Problematyka zajęć obejmuje m.in.: zjawiska komunikacyjne, strategie komunikacyjne, metody aktywizacji i kwestie bezpieczeństwa. Przedstawione zostaną również programy i strategie mające na celu zniwelowanie tych problemów oraz zwiększenie kompetencji komunikacyjnych czy poczucia bezpieczeństwa.

Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych	Celem zajęć jest zapoznanie studentów ze specyfiką poszczególnych typów komunikacji kryzysowej, metodami analizy przebiegu kryzysów oraz działaniami prewencyjnymi dotyczącymi kryzysów.
Prawa człowieka	Celem zajęć jest wyjaśnienie zagadnień związanych z prawami człowieka oraz zapoznanie z regulującymi je aktami prawnymi ONZ i UE.
Wykład monograficzny – Nowe media i e-PR	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z możliwościami wykorzystania technologii informacyjno-komunikacyjnych i nowych mediów w działaniach public relations oraz zapoznanie z zagadnieniami dotyczącymi obszaru e-public relations.
Projekt międzykierunkowy	Celem zajęć jest integracja wiedzy i umiejętności zdobywanych podczas studiów w zakresie mediów i komunikacji w biznesie w powiązaniu z innymi dziedzinami w praktycznym zadaniu – zespołowym projekcie międzykierunkowym.
Proseminarium	Celem zajęć jest nabycie przez studentów umiejętności, wiedzy i kompetencji potrzebnych do samodzielnego przygotowania pracy dyplomowej, w tym przyswojenie standardów formalnych i merytorycznych.
Praktyka zawodowa	Celem jest praktyczne zastosowanie zagadnień poznanych w czasie studiów w realnych zadaniach zawodowych. Student / studentka uczy się także współpracy w zespole, samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania oraz zdobywa umiejętności i kompetencje przydatne w pracy zawodowej.
Seminarium dyplomowe	Celem zajęć jest przygotowanie i obrona pracy dyplomowej.
Wyzwania przyszłości	Celem zajęć jest zapoznanie studenta z aktualnymi trendami oddziałującymi na studiowaną dziedzinę, a także szersze poznanie zawodu, który student będzie wykonywać, np. w powiązaniu z transformacją cyfrową w biznesie, sztuczną inteligencją, zrównoważonym rozwojem, innowacyjnością w różnych obszarach biznesu.
Wykład do wyboru (humanistyczny) / wykład do wyboru w j. obcym (humanistyczny)	Celem wykładu jest rozszerzenie pozakierunkowych zainteresowań studentów.
spec. Komunikacja biznesowa i PR	Program specjalności adresowany jest do osób zainteresowanych rozwojem w większych organizacjach (w tym instytucjach finansowych, spółkach publicznych i bankach), szczególnie w działach public relations oraz w projektach mających na celu długotrwałe konsekwentne budowanie wizerunku organizacji. Współczesne organizacje coraz bardziej dostrzegają znaczenie profesjonalnych działań PR w budowaniu pozytywnego wizerunku oraz umiejętnego komunikowania się z precyzyjnie zdefiniowanymi grupami docelowymi i inwestują w specjalistów w tym obszarze.
spec. Internet i media społecznościowe w biznesie	Celem specjalności jest przygotowanie do pracy w branży digital – publikowania w Internecie i mediach społecznościowych, prowadzenia kampanii online oraz badań SEO/SEM, tworzenia grafiki i wideo, a także wykorzystania technologii informatycznych do produkcji multimediów i analizy danych. Specjalność jest odpowiedzią na rosnące zapotrzebowanie rynku na specjalistów od komunikacji w środowisku cyfrowym.

PROGRAM STUDIÓW

Specjalności kształcenia dla rocznika 2025/2026

Komunikacja biznesowa i PR
Internet i media społecznościowe w biznesie

A) PRZYPORZĄDKOWANIE KIERUNKU STUDIÓW DO DYSCYPLIN NAUKOWYCH

L.p.	Dziedziny nauki	Dyscypliny naukowe	Punkty ECTS	
			liczba	%
1.	Dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach	108 ECTS	60%
2.	Dziedzina nauk społecznych	nauki o zarządzaniu i jakości	50 ECTS	28%
3.	Dziedzina nauk społecznych	nauki prawne	11 ECTS	6%
4.	Dziedzina nauk społecznych	psychologia	11 ECTS	6%

B) PODSTAWOWE WSKAŹNIKI ECTS OKREŚLONE DLA PROGRAMU STUDIÓW

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	STUDIA STACJONARNE 90 ECTS/50%
	STUDIA NIESTACJONARNE 66 ECTS/36,8%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	96 ECTS/53 % ECTS studia stacjonarne 95 ECTS/52,7% studia niestacjonarne
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych ☒ w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	75 ECTS/ 41, 6%
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym	39 ECTS

C) WYMIAR, ZASADY I FORMY ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Praktyki zawodowe są obowiązkowe i każdy student jest zobowiązany do ich zaliczenia w trakcie trwania nauki. Na studiach pierwszego stopnia praktyki mają wymiar 6 miesięcy, tj. 960 godzin, co odpowiada 39 ECTS. Podstawą organizacji praktyk zawodowych jest modułowy program praktyk zawodowych zdefiniowany dla kierunku studiów i specjalności. Za jego zorganizowanie i przebieg odpowiedzialny jest zakładowy opiekun praktykanta, zgodnie z zawartym porozumieniem z uczelnią.

Głównym celem praktyki zawodowej jest nabycie umiejętności praktycznych, uzupełniających i pogłębiających wiedzę uzyskaną przez studenta w toku zajęć dydaktycznych na uczelni, wykształcenie umiejętności i kompetencji społecznych oraz zastosowanie ich w praktyce w przedsiębiorstwach, organizacjach, urzędach oraz innych instytucjach, stanowiących dla studenta potencjalne miejsce pracy.

Miejsca praktyk są dobierane przez uczelnię. Możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Efekty uczenia się dla praktyk są weryfikowane przed potwierdzeniem ich zaliczenia.

D) SPOSOBY WERYFIKACJI OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGANÝCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA

Każdy przedmiot został zdefiniowany na kartach przedmiotów pod kątem efektów uczenia się, treści programowych, w ramach których osiągnąć jest dany efekt, oraz metod weryfikacji osiągnięcia przez studentów poszczególnych efektów uczenia się. W ramach każdej z metod weryfikacji nauczyciel akademicki ustala kryteria i sposób oceny czy dany efekt został osiągnięty przez studenta.

Tabela nr 1. Zalecane sposoby weryfikacji efektów uczenia się w obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych zawarte w Wewnętrznym Systemie Zapewniania Jakości Kształcenia Uniwersytetu WSB Merito Warszawa.

Weryfikacja wiedzy	✓ Egzamin pisemny: test, dłuższa wypowiedź pisemna ✓ Egzamin ustny ✓ Praca zaliczeniowa (kolokwium, interpretacja tekstu źródłowego, opis przypadku, esej, zadanie problemowe itp.)
Weryfikacja umiejętności	✓ Ocena wykonania zadania, pokazu lub symulacji ✓ Ocena realizacji i prezentacji projektu ✓ Obserwacja studentów w trakcie wykonywania zadań
Weryfikacja kompetencji społecznych	✓ Prezentacja projektu ✓ Obserwacja studenta w trakcie wykonywania zadań ✓ Autoprezentacja dokonywana przez studenta ✓ Ocena umiejętności pracy w grupie ✓ Ocena wykonania ćwiczenia warsztatowego ✓ Ocena stopnia zaangażowania studenta w działania na rzecz środowiska zewnętrznego

Zaliczenia i egzaminy: Wszystkie wykłady i lektoraty kończące się egzaminem zaliczane są w sesji egzaminacyjnej, w sali dydaktycznej Uczelni (także w przypadku, gdy wykłady kończące się egzaminem w ciągu semestru prowadzone były z wykorzystaniem technik i metod kształcenia na odległość).

Ćwiczenia, projekty, laboratoria i konwersatoria, lektoraty oraz wykłady, które kończą się zaliczeniem na ocenę, zaliczane są na ostatnich zajęciach. Ćwiczenia, projekty, laboratoria i konwersatoria zaliczane są w sali dydaktycznej Uczelni. Wykłady kończące się zaliczeniem na ocenę zaliczane są zdalnie, z wykorzystaniem środków komunikacji elektronicznej.

Zajęcia kończące się zaliczeniem bez oceny, zaliczane są zdalnie, z wykorzystaniem metod i technik weryfikacji efektów uczenia się na odległość .

W przypadku praktyk zawodowych weryfikacja osiągnięcia efektów uczenia się będzie realizowana na podstawie dziennika praktyk.

Szczególnym elementem w systemie pomiaru efektów uczenia się osiągniętych przez studentów jest seminarium dyplomowe i praca dyplomowa o charakterze praktycznym oraz jej obrona. Na podstawie udziału studentów w seminarium trwającym dwa semestry oraz opracowania pracy dyplomowej według standardów przyjętych przez Uczelnię, jej pozytywnej oceny przez promotora i recenzenta oraz obrony pracy dyplomowej na egzaminie dyplomowym, dokonywany jest bowiem pomiar szerokiego spectrum efektów z obszaru wiedzy i umiejętności oraz kompetencji społecznych absolwentów Uniwersytetu WSB Merito Warszawa. Pomiar ten dokonywany jest według jednolitych zasad i kryteriów. Obrony prac dyplomowych odbywają się w sali dydaktycznej Uczelni.

.

E) WYKAZ ZAJĘĆ LUB GRUPY ZAJĘĆ Z PRZYPISANIEM PUNKTÓW ECTS

STUDIA I STOPNIA KIERUNEK Media i komunikacja w biznesie

LP	SEM	Nazwa zajęć	MOD		STUDIA STACJONARNE					GODZ	STUDIA NIESTACJONARNE					GODZ	ECTS					SUM
					W	K	Ćw.	P	E-L		W	K	Ćw.	P	E-L		W	K	Ćw.	P	E-L	
1.	1.	Studiowanie w WSB Merito	O	Zbo	3		3		4	10	3		3		4	10	0,5		0,5		0	1
2.	1.	Uczenie się i krytyczne myślenie	O/KP	Z					15	15					15	15					1	1
3.	1.	Kompetencje przyszłości	O/KP	Z		15				15					8	8		1			1 N	1
4.	1.	Etyka i społeczna odpowiedzialność biznesu	O/KP	Z		15				15					10	10		2			2 N	2
5.	1.	Ochrona własności intelektualnej	O	Z					8	8					8	8					1	1
6.	1.	Technologie informacyjne	O	Z					12	12					12	12					1	1
7.	1.	Przedsiębiorczość i współpraca w zespole	O/KP	Z/Zbo			15		16	31			10		16	26			1		1	2
8.	1.	Praca projektowa 1	O/KP	Z			15			15					16	16			1		1 N	1
9.	1.	Wyzwania przyszłości 1 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1
10.	1.	Elementy psychologii społecznej	K	E	30					30	16					16	2					2
11.	1.	Komunikacja interpersonalna	K	Z			30			30			16			16			2			2
12.	1.	Podstawy prawa	K	E	30					30	16					16	2					2
13.	1.	Psychologia komunikacji i marketingu	K	E/Z	30		15			45	16		8			24	3		2			5
14.	1.	Projekt semestralny 1	K	Z				21		21				14		14				5		5
15.	1.	BHP	O	Zbo					4	4					4	4						0
16.	1.	Język obcy	O	Z			30			30			14		16	30			3/2N		1 N	3
Razem					108	30	108	21	59	326	59	0	51	14	109	233	8,5	3	9,5	5	4	30
1.	2.	Przedsiębiorczość i twórcze rozwiązywanie problemów	O/KP	Z/Zbo			15		16	31			10		16	26			1		1	2
2.	2.	Praca projektowa 2	O/KP	Z			15			15			10			10			2			2
3.	2.	Wyzwania przyszłości 2 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1

4.	2.	Komunikowanie społeczne i medialne	K	E/Z	30		30			60	16		16			32	3		2			5
5.	2.	Warsztaty pracy z tekstem: copywriting, creative writing, informacja prasowa	K	E/Z	30		15			45	16		8			24	3		2			5
6.	2.	Prawo mediów	K	E	30					30	16					16	3					3
7.	2.	Zarządzanie organizacją	K	E	30					30	16					16	3					3
8.	2.	Wyszukiwanie i analiza informacji	K	Z			15			15			8			8			1			1
9.	2.	Projekt semestralny 2	K	Z				21		21				14		14				5		5
10.	2.	Język obcy		Z			30			30			16		14	30			3/2N		1 N	3
11.	2.	Wychowanie fizyczne	O	Zbo			30			30						0						0
Razem					135	0	150	21	16	322	72	0	68	14	30	184	13	0	11	5	1	30
1.	3.	Wyzwania przyszłości 3 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1
2.	3.	Zarządzanie komunikacją w organizacji	K	E/Z	15		15			30	8		8			16	2		1			3
3.	3.	Instrumenty reklamy i PR	K	Z			30			30			16			16			3			3
4.	3.	Kształtowanie wizerunku organizacji w mediach	K	Z			30			30			16			16			3			3
5.	3.	Komunikacja w społecznościach lokalnych	K	Z			15			15			8			8			1			1
6.	3.	Zarządzanie i komunikacja w sytuacjach kryzysowych	K	E/Z	15		30			45	8		16			24	2		2			4
7.	3.	Prawa człowieka	K	E	30					30	16					16	2					2
8.	3.	Wykład monograficzny - Nowe media i e-PR	K	Z	30					30	16					16	3					3
9.	3.	Projekt semestralny 3	K	Z				21		21				14		14				5		5
10.	3.	Wykład do wyboru (humanistyczny)	O	Z	10					10	10					10					2	2
11.	3.	Język obcy	O	Z			30			30			16		14	30			3/2N		1 N	3
12.	3.	Wychowanie fizyczne	O	Zbo			30			30						0						0
13.	3.	Wprowadzenie do specjalności	O	Zbo					1	1					1	1						0
Razem					115	0	180	21	1	317	66	0	80	14	15	175	10	0	13	5	2	30
Specjalność																						
Komunikacja biznesowa i PR																						

1.	4.	Wyzwania przyszłości 4 - do wyboru	O/KP	Z	15				15	8				8	1					1
2.	4.	Etykieta w biznesie	S	Z			30		30			16		16			2			2
3.	4.	Projektowanie komunikacji	S	E/Z	30		30		60	16		16		32	2		2			4
4.	4.	Projekt międzykierunkowy	O	Z				21	21				14	14				5		5
5.	4.	Wykład do wyboru w j.obcym (humanistyczny)	O	Z				10	10				10	10					1	1
6.	4.	Proseminarium	K	Zbo				10	10				10	10					1	1
7.	4.	Język obcy	O	E			30		30			16		14	30			3/2N	1 N	3
8.	4.	Praktyka zawodowa 1	K	Zbo			320		320			320		320			13			13
Razem					45	0	410	21	20	496	24	0	368	14						

Internet i media społecznościowe w biznesie

1.	4.	Wyzwania przyszłości 4 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1
2.	4.	Systemy zarządzania treścią i wiedzą	S	Z			30			30			16			16			2			2
3.	4.	Marketing SEO i SEM	S	E/Z	30		30			60	16		16			32	2		2			4
4.	4.	Projekt międzykierunkowy	O	Z				21		21				14		14				5		5
5.	4.	Wykład do wyboru w j.obcym (humanistyczny)	O	Z					10	10					10	10					1	1
6.	4.	Proseminarium	K	Zbo					10	10					10	10					1	1
7.	4.	Język obcy	O	E			30			30			16		14	30			3/2N		1 N	3
8.	4.	Praktyka zawodowa 1	K	Zbo			320			320			320			320			13			13
Razem					45	0	410	21	20	496	24	0	368	14	34	440	3	0	20	5	3	30
1.	5.	Umiejętności menedżerskie	O/KP	Z			15			15			10			10			1			1
2.	5.	Wyzwania przyszłości 5 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1
3.	5.	Video marketing	S	Z			30			30			16			16			3			3
4.	5.	Content marketing i storytelling	S	Z			30			30			16			16			3			3
5.	5.	Kampanie zintegrowane - projektowanie, zarządzanie i raportowanie	S	E/Z	30		30			60	16		16			32	2		2			4
6.	5.	Seminarium dyplomowe	S	Zbo			20			20			14			14			5			5
7.	5.	Praktyka zawodowa 2	K	Zbo			320			320			320			320			13			13
Razem					45	0	445	0	0	490	24	0	392	0	0	416	3	0	27	0	0	30
1.	6.	Wyzwania przyszłości 6 - do wyboru	O/KP	Z	15					15	8					8	1					1
2.	6.	Zarządzanie kanałami w mediach społecznościowych	S	Z			15			15			8			8			2			2
3.	6.	Big Data w marketingu	S	E/Z	15		30			45	8		16			26	1		3			4
4.	6.	Grafika i wideo w Internecie	S	Z			15			15			8			8			2			2
5.	6.	Techniki i narzędzia badań Internetu	S	Z			30			30			16			16			3			3
6.	6.	Seminarium dyplomowe	S	Zbo			20			20			14			14			5			5
7.	6.	Praktyka zawodowa 3	K	Zbo			320			320			320			320			13			13

Razem	30	0	430	0	0	460	16	0	382	0	0	398	2	0	28	0	0	30
Suma	478	30	1723	84	96	2411	261	0	1341	56	188	1846	39,5	3,0	108,5	20,0	10,0	180,0

- O zajęcia ogólnouczelniane
- O/KP zajęcia ogólnouczelniane - blok kompetencji przyszłości
- K zajęcia kierunkowe
- S zajęcia specjalnościowe