

Zarządzanie wizerunkiem i e-PR

- Specjalność - studia II stopnia

Kierunek: Dziennikarstwo i komunikacja społeczna

OD MARCA Studia magisterskie

Czego się nauczysz, wybierając tę specjalność?

- Form, standardów i formatów dziennikarstwa internetowego.
- Narzędzi public relations w sieci.
- Rozwiązywania sytuacji kryzysowych.
- Prawa, etyki i etykiety w cyfrowej erze.
- Technik e-marketingu.
- Narzędzi do mierzenia efektów aktywności internetowej.
- Kreowania i zarządzania treściami w mediach społecznościowych.
- Budowania marki miejsca czyli podstaw marketingu terytorialnego w sieci.
- Kreowania wizerunku organizacji w mediach tradycyjnych i social mediach.
- Budowania marki osobistej (personal branding).

Co jeszcze powinieneś wiedzieć?

- Studia na tej specjalności adresujemy w dużej mierze do osób zarządzających mediami, brokerów informacji, dziennikarzy big data, realizatorów i prezenterów.
- Odnajdą się tu także osoby odpowiedzialne za budowanie wizerunku – content kreatorzy, prowadzący profile w social mediach, brand menedżerowie i media planerzy – zarówno pracownicy etatowi jak i freelancerzy.
- Ukończenie specjalności daje absolwentowi specjalności teoretyczne i praktyczne podstawy do pracy w dziennikarstwie mobilnym, bloggingu jak i w zarządzaniu profilami mediów społecznościowych.

Praca dla Ciebie:

- kompetentny pracownik działu komunikacji w organizacji,
- specjalista prowadzący profile w social mediach,
- rzecznik prasowy reprezentujący organizację,
- specjalista do spraw relacji z mediami (w tym do tworzenia informacji prasowych i organizacji konferencji prasowych),



Dane zamieszczone w niniejszej karcie kierunku mają charakter wyłącznie informacyjny. Dane te nie stanowią oferty zawarcia umowy w rozumieniu art. 66 i nast. kodeksu cywilnego. Zgodnie z art. 160 ust. 3 ustawy z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, umowa między dsw a studentem zawierana jest w formie pisemnej.



- pracownik agencji public relations, w tym specjalizujących się w zarządzaniu kryzysami.



Program studiów

- Wizerunek i marka organizacji.
- Monitoring mediów.
- Projektowanie branżowych wortali.
- Relacje z mediami.
- Organizacja w kryzysie.

