**Specjalność: dziennikarstwo ekonomiczne
i public relations**

**Dlaczego warto?**

W każdej firmie i instytucji czy organizacji pozarządowej potrzebni są specjaliści zajmujący się komunikacją, promocją oraz relacjami zewnętrznymi i wewnętrznymi.

Współczesne media i ich odbiorcy potrzebują, w sytuacji coraz większego natłoku informacji, osób które potrafią mówić, redagować teksty oraz w przystępny sposób wyjaśniać trudne problemy np. ekonomiczne.

Dziennikarstwo ekonomiczne i public relations to jedna specjalność i dwa profile zawodowe.

Kim mogę zostać po ukończeniu specjalności?

* specjalistą ds. public relations;
* mediaplanerem w domu mediowym;
* copywriterem w agencji reklamowej;
* koordynatorem ds. promocji;
* specjalistą ds. kreowania wizerunku marki;
* rzecznikiem prasowym;
* „wolnym strzelcem”;
* doradcą ds. wizerunku firm i instytucji;
* koordynatorem akcji promocyjnych;
* dziennikarzem ekonomicznym;
* dziennikarzem społecznym;
* dziennikarzem piszącym dla magazynów custom publishing;
* wydawcą;
* redaktorem.

**Opis specjalności**

W ramach specjalności Dziennikarstwo ekonomiczne i public relations pogłębiane są wiedza
i umiejętności związane z kształtowaniem wizerunku organizacji oraz jej promocją, a także
te potrzebne dziennikarzom ekonomicznym.

Moduł przedmiotów specjalnościowych prowadzony jest w ramach IV, V i VI semestru (poniżej podany jest pełny wykaz przedmiotów w ramach specjalności). Zajęcia
na specjalności to w przeważającej mierze "warsztaty", w trakcie których studenci nabierają umiejętności i pozyskują narzędzia do wykonywania zawodów związanych z komunikacją społeczną.

Uczą się przygotowywać i prowadzić działania public relations i promocyjne dla różnego typu organizacji. Nabywają doświadczenia praktyczne podczas zajęć w najlepszych instytucjach i firmach regionu. A podczas warsztatów ćwiczą pisanie tekstów reklamowych
i PR, tworząc wirtualne firmy. Wszystko to zostaje poszerzone o przedmioty dotyczące mediów i publicystyki ekonomicznej oraz zakresy związane z myślą ekonomiczno-społeczną, dając solidne podstawy w zakresie dziennikarstwa ekonomicznego, ale także relacji
z mediami.

Absolwenci tej specjalności są przygotowani do podjęcia studiów drugiego stopnia
na kierunkach oferujących programy z zakresu dziennikarstwa, medioznawstwa, reklamy
i public relations oraz innych w zakresie szeroko pojętej komunikacji społecznej.