

UCHWAŁA Nr 693
Senatu Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie
z dnia 24 kwietnia 2020 roku

w sprawie ustalenia programu studiów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dla poziomu studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 oraz art. 67 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 roku – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz. U. z 2020 r. poz. 85 ze zm.), w związku z Zarządzeniem Nr 7/2020 Rektora UWM w Olsztynie z dnia 15 stycznia 2020 roku w sprawie zmiany oferty kształcenia od roku akademickiego 2020/2021, na wniosek Dziekana Wydziału Humanistycznego, pozytywnie zaopiniowany przez Radę Edukacyjną, Senat Uniwersytetu Warmińsko-Mazurskiego w Olsztynie (zwany dalej „Senatem”) uchwala, co następuje:

§ 1

1. Senat ustala program studiów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dla poziomu studiów drugiego stopnia z 4-semestralnym okresem nauki o profilu ogólnoakademickim, stanowiący załączniki **1, 2** oraz **3a-3b**.
2. Program studiów, o którym mowa w ust. 1 obowiązuje od cyklu kształcenia 2020/2021.
3. Dziekan dostosuje organizację procesu kształcenia do wymagań określonych w programie studiów, o którym mowa w ust. 1.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem jej podjęcia.

Przewodniczący Senatu
Rektor
prof. dr hab. Ryszard J. GÓRECKI

Efekty uczenia się: dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

1. **Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin/y nauki i dyscyplin/y naukowych/ej lub dyscyplin/y artystycznych/ej:** kierunek przyporządkowano do dziedziny społecznych, dyscypliny naukowej: nauki o komunikacji społecznej i mediach (97%) oraz dziedziny nauk humanistycznych, dyscypliny naukowej: historia (3%); dyscyplina naukowa wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach.
2. **Profil kształcenia:** ogólnoakademicki.
3. **Poziom kształcenia i czas trwania studiów/liczba punktów ECTS:** studia drugiego stopnia, 4 semestry/120 ECTS.
4. **Numer charakterystyki poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji – 7.**
5. **Absolwent:** posiada wiedzę z nauk o komunikacji społecznej i mediach, z elementami nauk humanistycznych. Poprawnie posługuje się słowem mówionym i pisany. Jest przygotowany do wykorzystania zdobytej wiedzy w relacjach interpersonalnych. Posiada umiejętności specjalistyczne, zdobyte podczas zajęć i praktyk w różnych mediach, oraz przygotowanie teoretyczne, pozwalające na sprawność opisu i diagnozowania poszczególnych elementów komunikacji. Jest wyposażony w wiedzę pozwalającą analizować i współtworzyć zasady oraz formy funkcjonowania mediów we współczesnym społeczeństwie informacyjnym. Cechuje go wysoka sprawność językowa, biegłość w posługiwaniu się różnymi gatunkami wypowiedzi dziennikarskiej i szeroko pojęte kompetencje humanistyczne. Obszary zatrudnienia to: prasa, radio, telewizja i portale internetowe, a także organy użyteczności publicznej, organizacje samorządowe i pozarządowe, agencje reklamowe, promocyjne i Public Relations, instytucje prowadzące edukację medialną, działalność informacyjną, a także badania nad mediami. Może samodzielnie podejmować działania w takich zawodach jak: dziennikarz, redaktor, menadżer Public Relations, specjalista ds. komunikacji zewnętrznej, rzecznik prasowy.
 - 5.1 **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:** magister.
6. **Wymagania ogólne:** do uzyskania kwalifikacji drugiego stopnia wymagane jest osiągnięcie wszystkich poniższych efektów uczenia się.

Kod składowika opisu charakterystyki efektów uczenia się w dziedzinie nauk społecznych/dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach/ dziedzinie nauk humanistycznych/dyscyplinie: historia	Opis charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się Polskiej Ramy Kwalifikacji	Symbol efektu kierunkowego	Treść efektu kierunkowego
WIEDZA: absolwent zna i rozumie			
S/NKSA_P7S_WG H/HA_P7S_WG	w pogłębionym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, główne tendencje rozwojowe dyscyplin naukowych lub artystycznych, do których jest przyporządkowany kierunek studiów	KA7_WG1	na poziomie rozszerzonym rolę mediów w kształtowaniu życia społecznego i kultury
		KA7_WG2	obszar nauki o komunikacji społecznej i mediach, w relacji do pokrewnych dyscyplin naukowych zajmujących się badaniem zjawiska komunikacji i komunikowania się
		KA7_WG3	terminologię, metody i narzędzia badawcze używane w obszarze nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz w pracy dziennikarza
		KA7_WG4	terminologię medialną, historyczną, literacką i językoznawczą w wybranym języku obcym
		KA7_WG5	współczesne kierunki rozwoju mediów, rozumie ich społeczno-polityczne i ekonomiczno-technologiczne uwarunkowania oraz najnowsze stanowiska badawcze w tym zakresie
		KA7_WG6	metody interpretacji tekstów medialnych, historycznych i literackich
		KA7_WG7	zasady komunikacji wizualnej lub audiowizualnej
		KA7_WG8	warsztat pracy dziennikarza zatrudnionego w prasie, radiu, telewizji, portalach internetowych; zasady tworzenia materiałów dziennikarskich do różnego typu mediów
		KA7_WG9	relacje zachodzące między strukturami

			i instytucjami społecznymi, posiada wiedzę o instytucjach kulturalnych i życiu kulturalno-literackim
		KA7_WG10	zasady funkcjonowania i analizy dyskursu publicznego oraz strategie argumentacyjne i perswazyjne właściwe dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej
S/NKSA_P7S_WK H/HA_P7S_WK	fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji	KA7_WK1	normy i reguły prawne i etyczne organizujące struktury medialne i społeczne
	ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	KA7_WK2	podstawowe pojęcia i zasady z zakresu bhp, ergonomii, etykiety, praw ochrony własności intelektualnej; rozumie znaczenie aktywności fizycznej na co dzień lub ma wiedzę na temat etyki zawodu dziennikarza
	podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości		
UMIEJĘTNOŚCI: absolwent potrafi			
S/NKSA_P7S_UW H/HA_P7S_UW	wykorzystywać posiadaną wiedzę - formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez: – właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji,	KA7_UW1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych
		KA7_UW2	wykorzystać poszerzoną wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych w celu analizowania i interpretowania procesów komunikacyjnych
		KA7_UW3	interpretować skomplikowane i rozbudowane teksty publicystyczne, literackie, historyczne, medialne i krytyczne

	<ul style="list-style-type: none"> – dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych, – przystosowanie istniejących lub opracowanie nowych metod i narzędzi, – formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi 	KA7_UW4	stosować poznaną terminologię medialną, historyczną, politologiczną, literacką i językoznawczą
		KA7_UW5	rozdzielać orientacje w metodologii badań medioznawczych, formułować problemy badawcze, dobierać adekwatne metody, techniki i konstruować narzędzia badawcze; wnioskować, opracować oraz przedstawić wyniki badań, jak również wskazać dalsze ich etapy i kierunki
		KA7_UW6	posługiwać się normami etycznymi w wykonywanej działalności, zastosować zdobytą wiedzę z zakresu bhp, ergonomii, etykiety, ochrony praw własności oraz kultury fizycznej w życiu zawodowym i prywatnym
		KA7_UW7	integrować wiedzę z różnych dyscyplin nauk społecznych i humanistycznych oraz ją zastosować w typowych sytuacjach profesjonalnych
S/NKSA_P7S_UK H/HA_P7S_UK	komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców prowadzić debatę posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	KA7_UK1	formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych
		KA7_UK2	posługiwać się wybranym nowożytnym językiem obcym w zakresie studiowanej dyscypliny
		KA7_UK3	tworzyć prace pisemne oraz przygotować wystąpienia ustne w języku polskim oraz języku uznawanym za podstawowy dla reprezentowanej dyscypliny humanistycznej, dotyczących zagadnień szczegółowych w zakresie studiowanej dyscypliny
		KA7_UK4	samodzielnie tłumaczyć z języka obcego na wybrany język obcy trudny tekst medialny, historyczny, literacki

S/NKSA_P7S_UO H/HA_P7S_UO	kierować pracą zespołu	KA7_UO1	efektywnie pracować i współdziałać w różnego rodzaju zespołach, reprezentując postawę otwartą wobec odmiennych zjawisk, przekonań i sądów
	współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach	KA7_UO2	pełnić różne funkcje w zespole, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy oraz rozumiejąc specyfikę jego funkcjonowania
S/NKSA_P7S_UU H/HA_P7S_UU	samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie	KA7_UU1	samodzielnie zdobywać i poszerzać wiedzę, wykazać się zdolnością krytycznej analizy swojej wiedzy
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: absolwent jest gotów do			
S/NKSA_P7S_KK H/HA_P7S_KK	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści	KA7_KK1	refleksyjnej i obiektywnej oceny swojej wiedzy oraz na temat procesów społeczno-kulturowych
	uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	KA7_KK2	dostrzegania znaczenia wiedzy, także eksperckiej, oraz konieczności współpracy interdyscyplinarnej w rozwiązywaniu problemów pojawiających się w ramach dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku
S/NKSA_P7S_KO H/HA_P7S_KO	wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	KA7_KO1	działania na rzecz środowiska społecznego poprzez inicjowanie, organizowanie i realizowanie zmian gospodarczo-społecznych
	inicjowania działań na rzecz interesu publicznego myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	KA7_KO2	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy i kreatywny, z wykorzystaniem wiedzy w zakresie bhp, ergonomii, etykiety, a także z poszanowaniem praw ochrony własności intelektualnej
S/NKSA_P7S_KR H/HA_P7S_KR	odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym: – rozwijania dorobku zawodu,	KA7_KR1	przestrzegania zasad etycznych związanych z działalnością zawodową z zachowaniem postawy prospołecznej i poczucia odpowiedzialności, a także prawidłowego posługiwania się systemami normatywnymi i postępowania zgodnego z etosem zawodowym

	<p>– podtrzymywania etosu zawodu, przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad</p>	<p>KA7_KR2</p>	<p>elastycznego reagowania na zmiany dokonujące się w środowisku zawodowym oraz podejmowania działań uwzględniających zmieniające się potrzeby społeczne</p>
--	---	----------------	--

7. Objaśnienie oznaczeń:

Objaśnienie oznaczeń kodu składnika opisu w dziedzinie i dyscyplinie naukowej oraz artystycznej

S/NKSA_P7S	–	charakterystyki drugiego stopnia w dziedzinie nauk społecznych/ dyscyplinie: nauki o komunikacji społecznej i mediach dla studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim
H/HA_P7S	–	charakterystyki drugiego stopnia w dziedzinie nauk humanistycznych/ dyscyplinie: historia dla studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim

Objaśnienia oznaczeń komponentów efektów uczenia się wspólne dla opisu symbolu efektu uczenia się oraz kodu składnika opisu w dziedzinie nauki i dyscyplinie naukowej oraz artystycznej

W	–	kategoria wiedzy, w tym:
G(po W)	–	podkategoria <i>zakres i głębia</i> ,
K(po W)	–	podkategoria <i>kontekst</i> ,
U	–	kategoria umiejętności, w tym:
W(po U)	–	podkategoria w zakresie <i>wykorzystanie wiedzy</i> ,
K(po U)	–	podkategoria w zakresie <i>komunikowanie się</i> ,
O(po U)	–	podkategoria w zakresie <i>organizacja pracy</i> ,
U(po U)	–	podkategoria w zakresie <i>uczenie się</i> .
K (po podkreślniku)	–	kategoria kompetencji społecznych, w tym:
K (po Kpo podkreślniku)	–	podkategoria w zakresie <i>ocena</i> ,
O (po Kpo podkreślniku)	–	podkategoria w zakresie <i>odpowiedzialność</i> ,
R (po Kpo podkreślniku)	–	podkategoria w zakresie <i>rola zawodowa</i> .
01, 02, 03 i kolejne	–	numer efektu uczenia się

Objaśnienia oznaczeń symbolu efektu kierunkowego

K (przed podkreślnikiem)	–	kierunkowe Efekty uczenia się:
A (przed podkreślnikiem)	–	profil ogólnoakademicki
7	–	studia drugiego stopnia

Oznaczenia dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz artystycznych

Lp.	Dziedzina nauki/sztuki/ symbol kodu	Dyscyplina naukowa/artystyczna/ symbol kodu
1	Dziedzina nauk humanistycznych/ H	1) archeologia/ A
		2) filozofia/ F
		3) historia/ H
		4) językoznawstwo/ J
		5) literaturoznawstwo/ L
		6) nauki o kulturze i religii/ KR
		7) nauki o sztuce/ NSz
2	Dziedzina nauk inżyneryjno- technicznych/ IT	1) architektura i urbanistyka/ AU
		2) automatyka, elektronika i elektrotechnika/ AE
		3) informatyka techniczna i telekomunikacja/ IT

		4) inżynieria biomedyczna/ IB
		5) inżynieria chemiczna/ IC
		6) inżynieria lądowa i transport/ IL
		7) inżynieria materiałowa/ IM
		8) inżynieria mechaniczna/ IMC
		9) inżynieria środowiska, górnictwo i energetyka/ ISG
3	Dziedzina nauk medycznych i nauk o zdrowiu/ M	1) nauki farmaceutyczne/ NF
		2) nauki medyczne/ NM
		3) nauki o kulturze fizycznej/ NKF
		4) nauki o zdrowiu/ NZ
4	Dziedzina nauk rolniczych/ R	1) nauki leśne/ NL
		2) rolnictwo i ogrodnictwo/ RO
		3) technologia żywności i żywienia/ TZ
		4) weterynaria/ W
		5) zootechnika i rybactwo/ ZR
5	Dziedzina nauk społecznych/ S	1) ekonomia i finanse/ EF
		2) geografia społeczno-ekonomiczna i gospodarka przestrzenna/ GEP
		3) nauki o bezpieczeństwie/ NB
		4) nauki o komunikacji społecznej i mediach/ NKS
		5) nauki o polityce i administracji/ NPA
		6) nauki o zarządzaniu i jakości/ NZJ
		7) nauki prawne/ NP.
		8) nauki socjologiczne/ NS
		9) pedagogika/ P
		10) prawo kanoniczne/ PK
		11) psychologia/ PS
6	Dziedzina nauk ścisłych i przyrodniczych/ XP	1) astronomia/ AS
		2) informatyka/ I
		3) matematyka/ MT
		4) nauki biologiczne/ NBL
		5) nauki chemiczne/ NC
		6) nauki fizyczne/ NF
		7) nauki o Ziemi i środowisku/ NZ
7	Dziedzina nauk teologicznych/ TL	1) nauki teologiczne/ NT
8	Dziedzina sztuki/ SZ	1) sztuki filmowe i teatralne/ SFT
		2) sztuki muzyczne/ SM
		3) sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki/ SP

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Kierunek studiów: dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Poziom studiów: studia drugiego stopnia

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Wymiar kształcenia: 4 semestrów

Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 120 punktów ECTS

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: magister

CHARAKTERYSTYKA TREŚCI KSZTAŁCENIA – GRUPY TREŚCI

I. WYMAGANIA OGÓLNE

I. 1. Język obcy - warsztat specjalistyczny I

Cel kształcenia: zapoznanie ze specjalistycznym słownictwem oraz strukturami gramatycznymi w języku angielskim dot. dziennikarstwa, komunikacji społecznej oraz nowych mediów.

Treści kształcenia: słownictwo w języku angielskim z zakresu: historii dziennikarstwa, doniesień prasowych; języka perswazyjnego, tworzenie odpowiednich pytań do wywiadu, transkrypcja wywiadów, zbieranie źródeł, źródła sprawozdawcze; pisanie artykułów, struktury leadów; głos aktywny/pasywny w tekstach dziennikarskich, zgoda podmiotowo-czasownikowa na skomplikowane tematy; styl mediów drukowanych, dziennikarstwa emisyjnego, cyfrowych źródeł wiadomości; korzyści i przeszkody współczesnego raportowania.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): słownictwo z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach w języku angielskim.

Umiejętności (potrafi): poprawnie komunikować w języku angielskim korzystając z odpowiednich pojęć w języku obcym.

Kompetencje społeczne (jest gotów): współpracować w grupie, dochodzić do kompromisu - w języku angielskim.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

I. 2. Język obcy - warsztat specjalistyczny II

Cel kształcenia: zapoznanie ze specjalistycznym słownictwem oraz strukturami gramatycznymi w języku angielskim dot. dziennikarstwa, komunikacji społecznej oraz nowych mediów.

Treści kształcenia: słownictwo w języku angielskim z zakresu: historii dziennikarstwa, doniesień prasowych; języka perswazyjnego, tworzenie odpowiednich pytań do wywiadu, transkrypcja wywiadów, zbieranie źródeł, źródła sprawozdawcze; pisanie artykułów, struktury leadów; głos aktywny/pasywny w tekstach dziennikarskich, zgoda podmiotowo-czasownikowa na skomplikowane tematy; styl mediów drukowanych, dziennikarstwa emisyjnego, cyfrowych źródeł wiadomości; korzyści i przeszkody współczesnego raportowania.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): słownictwo z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach w języku angielskim.

Umiejętności (potrafi): poprawnie komunikować w języku angielskim korzystając z odpowiednich pojęć w języku obcym.

Kompetencje społeczne (jest gotów): współpracować w grupie, dochodzić do kompromisu - w języku angielskim.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

I.3. Wykład monograficzny

Reportaż i dokument radiowy. Zapis doświadczenia i pamięci

Cel kształcenia: zapoznanie z praktycznymi aspektami pracy reportażysty i dokumentalisty radiowego. Pokazanie znaczenia i rangi reportażu i dokumentu radiowego jako wyjątkowej formy narracji pokazującej w sposób ponadczasowy najważniejsze zjawiska, wydarzenia współczesnego świata i artefakty pamięci.

Treści merytoryczne: pokazanie reportażu i dokumentu radiowego jako wyjątkowej formy narracji pokazującej w sposób ponadczasowy najważniejsze zjawiska, wydarzenia współczesnego świata. Analiza treści i formy. Zapoznanie z praktycznymi aspektami pracy reportażysty i dokumentalisty radiowego. Pokazanie i analiza szkół polskiego reportażu radiowego i kanonicznych reportaży.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pracę reportażysty i dokumentalisty radiowego, a także znaczenie dokumentu i reportażu radiowego, zna gatunek i jego cechy.

Umiejętności (potrafi): analizować reportaż i dokument radiowy, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje ze źródeł niezbędnych przy pracy nad reportażem radiowym. Umie formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych, analizując problematykę związaną z reportażem.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzeżenia znaczenia reportażu i dokumentu we współczesnym świecie i poddania wybranych materiałów świadomej diagnozie, obserwacji świata i analiza zjawisk.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

Polska felietonistyka współczesna

Cel kształcenia: znajomość reguł budowy tekstu felietonowego i wyznaczników formalnych stylu felietonowego; rozumienie odrębności stylów felietonowych poszczególnych twórców. Umiejętność tworzenia tekstu felietonowego oraz analizy elementów perswazyjnych i warsztatowych tekstów felietonowych. Nabycie kompetencji w zakresie interpretacji warstwy perswazyjnej tekstu.

Treści merytoryczne: zajęcia dotyczą następujących zakresów tematycznych: genealogia felietonu, historia felietonu, prezentacja stylów wypowiedzi felietonowych twórców: m.in. Tadeusz Boy-Żeleński, Antoni Słonimski, Daniel Passent, Michał Ogórek, Jerzy Urban, Stefania Grodzieńska, Manuela Gretkowska, Joanna Szczepkowska, Marcin Meller, Michał Rusinek.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): reguły stylu felietonowego; rozumienie ewolucji form gatunkowych dziennikarstwa; rozumie takie pojęcia jak: ironia, groteska, metajęzyk, perswazja.

Umiejętności (potrafi): konstruować teksty felietonowe.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego wyrażania opinii i polemiki z innymi poglądami, do pracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

I. 4. Technologie informacyjne w humanistyce i naukach społecznych

Cel kształcenia: nabycie umiejętności w zakresie poszukiwania i wykorzystywania informacji z różnych źródeł oraz posługiwania się technologiami informacyjnymi w nauce i pracy zawodowej.

Treści merytoryczne: Kompetencje informacyjne. Klasyfikacje nauk. System informacyjny i źródła informacji. Katalogi biblioteczne. Biblioteki i repozytoria cyfrowe. Narzędzia do zarządzania bibliografią. Technika ankiety oraz kwestionariusz ankiety online. Przetwarzanie i prezentowanie informacji z wykorzystaniem edytora tekstowego, prezentacji multimedialnej i arkusza kalkulacyjnego. Przestrzeganie praw własności i licencji. Informacja patentowa. Informacja normalizacyjna.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): specyfikę wiedzy z zakresu kompetencji informacyjnych i technologii informacyjnych w odniesieniu do nauk humanistyczno-społecznych.

Umiejętności (potrafi): korzystać z różnych baz informacji i wiedzy oraz wybranych technologii informacyjnych przydatnych w naukach humanistyczno-społecznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się w zakresie kompetencji informacyjnych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

II. GRUPA TREŚCI PODSTAWOWYCH

II.1. Psychologia społeczna

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi pojęciami psychologii społecznej i mechanizmami funkcjonowania człowieka w świecie społecznym.

Treści merytoryczne: struktura "Ja" i postrzeganie własnej osoby; Dynamika bliskich związków; Kultura narzekania jako psychospołeczna charakterystyka społeczności polskiej; Przedmiot zainteresowań i sposoby prowadzenia badań w psychologii społecznej; Postrzeganie i ocenianie motywów zachowań ludzkich; Psychologia grupy społecznej - procesy społeczne zachodzące w grupach (np. konformizm).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): więzi społeczne rządzące nimi prawidłowościach.

Umiejętności (potrafi): dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk psychospołecznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): wykorzystywania swojej wiedzy w zakresie psychologii społecznej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 2. Współczesne normy gramatyczne

Cel kształcenia: wskazanie najnowszych zmian zachodzących w języku oraz dostosowanych do nich norm poprawności językowej (np. w zakresie leksyki, ortografii, fleksji); zróżnicowanie środowiskowe i regionalne współczesnej polszczyzny (cechy odmian środowiskowych języka).

Treści merytoryczne: norma oficjalna i uzus językowy; nowe jednostki leksykalne, ich pisownia, odmiana; zmiany w zakresie norm ortograficznych; zróżnicowanie odmian polszczyzny w zakresie fonetyki, fleksji, leksyki.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): występowanie odmian środowiskowych i regionalnych języka polskiego; współczesne normy dotyczące odmian nazw oraz nazwisk polskich i obcych i in.

Umiejętności (potrafi): rejestrować oraz opisywać nowe fakty językowe (np. leksyka oraz jej zastosowanie w komunikacji społecznej); potrafi ocenić poprawność najnowszej leksyki; potrafi odmieniać nazwiska i nazwy polskie i obce; potrafi poprawnie zastosować wybrane elementy polszczyzny środowiskowej i regionalnej w praktyce komunikacyjnej (np. związanej z tworzeniem tekstów dziennikarskich).

Kompetencje społeczne (jest gotów do): oceny w zakresie poprawności językowej i stosowania nowych faktów językowych w praktyce komunikacyjnej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 3. Główne nurty kultury polskiej i światowej XX I XXI wieku

Cel kształcenia: syntetyczny opis nurtów, kierunków, prądów oraz innych zjawisk kultury i sztuki XX i XXI wieku (w tym zagadnień z dziedziny socjologii kultury, filozofii kultury), które kształtowały polską, a także światową kulturę w tym czasie oraz refleksję teoretyczną nad nią, stanowiąc genezę współczesności; zrozumienie złożoności zjawisk współczesnej kultury, jak również zyskanie umiejętności samodzielnej ich oceny.

Treści merytoryczne: charakterystyka najważniejszych zjawisk kształtujących polską i światową kulturę ostatniego stulecia. XIX-wieczne źródła XX-wiecznych przemian, najważniejsze prądy, nurty i kierunki w sztuce i kulturze XX wieku, zwłaszcza te, które oddziaływały na wiele różnych dziedzin i obszarów kultury współczesnej. Skutki społeczne i kulturowe kontrkultury oraz kontestacji, m. in rozwój kultury alternatywnej, różne oblicza XX-wiecznej awangardy na przykładzie przemian w sztuce teatralnej XX wieku. Analiza tekstów teoretycznych kluczowych dla rozumienia zjawisk kulturowych, mających miejsce w XX i XXI wieku, tekstów, które kształtowały sposób myślenia o świecie współczesnym, wprowadzając do powszechnego obiegu terminy, takie jak totalitaryzm, ucieczka od wolności, mechaniczny konformizm, globalna wioska itp.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): funkcjonowanie najważniejszych instytucji kultury ostatniego stulecia, tendencjach rozwojowych światowej kultury i trendach rozwojowych społeczeństw, ma orientację we współczesnym życiu kulturalnym. Zna źródła tendencji rozwojowych współczesnego społeczeństwa masowego i kultury masowej.

Umiejętności (potrafi): integrować wiedzę z różnych dyscyplin humanistycznych, w tym nauki o sztuce, filozofii, socjologii kultury, kulturoznawstwa; przygotowywać wystąpienia ustne, prezentowania samodzielnie zdobytej wiedzy oraz własnych opinii i ocen na temat wybranych zjawisk współczesnej kultury.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy (zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism, portali internetowych), związanej z rozwojem różnych dziedzin sztuki, przemianami kulturowymi, mediami audiowizualnymi w XX i XXI wieku; świadomie podchodzi do wytworów współczesnej kultury, potrafi poddać je krytycznej ocenie i uzasadnić swoje sądy; potrafi pracować i współpracować w grupie w celu przygotowania ustnego wystąpienia na temat wybranej dziedziny współczesnej kultury

Forma prowadzenia zajęć: wykład, ćwiczenia.

II. 4. Metody badań medioznawczych

Cel kształcenia: wprowadzenie w wybrane problemy dotyczące teorii i praktyki w typologii współczesnych mediów. Ukazania różnorodnych metod badawczych w odniesieniu do badań w zakresie „nauki o mediach” a właściwych dla nauk społecznych i humanistycznych ze szczególnym uwzględnieniem metod badań historycznych. Ukazanie roli i miejsca struktury wewnętrznej narracji w badaniach w analizie treści prasy, twórczości radiowej i telewizyjnej. Ukazania zakresów i narzędzi budowy narracji medialnej. Pokazanie zasad formułowania prostych hipotez badawczych i narzędzi za pomocą których je weryfikujemy w odniesieniu do teorii i historii mediów.

Treści merytoryczne: definicje doktryn medialnych obowiązujących w „nauce o mediach”; współczesne podstawowe definicje z zakresu: prasoznawstwo, medioznawstwa „nauka o mediach”. Omówione zostaną kierunki, cele i zadania badawcze współczesnego medioznawstwa; podstawowe metody w ustalaniu faktów historycznych (metoda indukcyjna, dedukcyjna, leksykalna, geograficzna, genealogiczna, progresywna, retrogresywna, metoda z milczenia źródeł). Wprowadzone zostaną podstawowe dyrektywy współczesnej metodologii nauk społecznych i humanistycznych: refleksja metodologiczna nad ideologią i neutralnością światopoglądową w studiach nad istotą mediów. Zaprezentowane zostaną dyrektywy metodologiczne nad studiami historii kobiet, historii mężczyzn, kulturowym oddziaływaniem różnicy płci, post kolonializmem. Omówione zostaną determinanty warunkujące psychologiczne oddziaływania człowieka na człowieka (empatia, kreatywność, bierność, emocjonalność).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody i narzędzia badawcze wykorzystywane w pracy dziennikarza.

Umiejętności (potrafi): poprawnie stosować terminologię medialną, historyczną, politologiczną, literacką, językoznawczą.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddaje je świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 5. Stosunki międzynarodowe

Cel kształcenia: analiza współczesnych zdarzeń, zjawisk na arenie międzynarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem takich zagadnień, jak: procesy integracyjne, geneza i przebieg najważniejszych konfliktów, rola organizacji międzynarodowych, rola poszczególnych państwa na arenie międzynarodowej miejsce Polski we współczesnej polityce światowej.

Treści merytoryczne: pojęcie stos. międzynarodowe. Uczestnicy stosunków międzynarodowych, uwarunkowania stos. międzynarodowych. Rola dyplomacji w międzynarodowych stosunkach politycznych. Organy państwa w stosunkach międzynarodowych. Organizacja Narodów Zjednoczonych: geneza, cele, zasady, struktura ocena efektywności ONZ. Inne organizacje KBWE, OBWE, NATO. Problem niemiecki po II wojnie światowej: od podziału do zjednoczenia Niemiec. USA strażnik pokoju, czy żandarm współczesnego świata. Rola Rosji w stosunkach międzynarodowych – „Trzeci Rzym” czy demokratyczny uczestnik stos. Międzynarodowej Konflikty i współpraca na obszarze WNP. Sytuacja polityczna na Bałkanach – hańba Europy II połowy XX wieku? Procesy integracji europejskiej (od Planu Schumana do Traktatu Konstytucyjnego), droga Polski do UE i jej rola Polski w stosunkach międzynarodowych. Spory i konflikty we współczesnym świecie/ Bliski Wschód, Azja, Afryka/. Główne procesy gospodarcze we współczesnym świecie.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): główne wydarzenia na arenie międzynarodowej po II w. św. Funkcjonowanie organizacji międzynarodowych na rzecz zachowania pokoju i rozwoju społeczno-gospodarczego. Polityczną i gospodarczą rolę Polski na arenie międzynarodowej.

Umiejętności (potrafi): diagnozować i prognozować kierunki przemian politycznych i gospodarczych, zdefiniować rolę Polski na arenie międzynarodowej oraz hierarchizować skalę zjawisk i zagrożeń w świecie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): publicznego interpretowania zjawisk w formie prelekcji, wykładów, różnych form publicystycznych. Wykazuje gotowość do diagnozowania uwarunkowania współpracy międzynarodowej regionalnych polskich i zagranicznych organizacji społecznych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 6. Komunikacja menedżerska w przestrzeni międzynarodowej

Cel kształcenia: zapoznanie z zasadami zarządzania komunikacją biznesową w przestrzeni międzynarodowej. Przedmiot przygotowuje do świadomego zarządzania potencjałem współpracowników poprzez precyzyjne dobieranie zaawansowanych narzędzi komunikacyjnych przy budowaniu zespołów wielokulturowych.

Treści merytoryczne: Komunikacja międzykulturowa w biznesie; Komunikacja menedżerska; Budowanie zespołu i efektywne prowadzenie spotkań z uwzględnieniem parametrów kulturowych; Przemiana grupy w zespół. Zasady pracy w zespole; Etapy rozwoju zespołu. Przekazywanie informacji w zespole; Zarządzanie zespołem wielokulturowym; Feedback, czyli jak motywować i rozwijać pracowników; Zarządzanie zmianą. Metody działania w sytuacji konfliktowej; Negocjacje międzynarodowe Case study; Gra negocjacyjna (1 lub 2).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady zarządzania potencjałem ludzkim poprzez dobór narzędzi komunikacyjnych przy budowaniu zespołów międzykulturowych.

Umiejętności (potrafi): zarządzać komunikacją biznesową w przestrzeni międzynarodowej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pracy w zespole.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 7. Społeczne i kulturowe oddziaływanie języka mediów

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi funkcjonowania mediów masowych w społeczeństwie, jak również z nowymi kierunkami badań nad społecznym i kulturowym oddziaływaniem mediów masowych.

Treści merytoryczne: pojęcie mediów masowych. Przedmiot socjologii mediów. Koncepcje oddziaływania mediów. Etapy badań naukowych nad oddziaływaniem mediów. Aksjologiczne ujęcie oddziaływania mediów. Teoria imputowania społecznego. Teoria innowacji. Teoria primingu. Teoria wykorzystania i zapotrzebowania. Teoria kalkulacji i oceniania. Teoria perswazji. Metody badań nad oddziaływaniem mediów masowych. Media a inne programy komunikacji społecznej: polityka, biznes, marketing, edukacja. Media a kształtowanie normy językowej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): treści, formy, zasady i procesy oddziaływania mediów masowych (dziennikarstwa, public relations, reklamy) na społeczeństwo i kulturę; podstawową terminologię w zakresie funkcjonowania mediów; podstawowe pojęcia dotyczące społecznego i kulturowego funkcjonowania mediów; poszczególne kategorie ze względu na ich treść, przyporządkowuje je poszczególnym tradycjom i nurtom badawczym; zaawansowane metody analizy oddziaływania mediów; podstawowe fazy/etapy w historii badań nad oddziaływaniem mediów; istnienie w naukach społecznych i humanistycznych różnych punktów widzenia (dotyczących przedmiotu), determinowanych podłożem narodowym i kulturowym.

Umiejętności (potrafi): interpretować, wartościować i problematyzować różne obszary, sfery i sytuacje społecznego funkcjonowania języka w zmieniających się warunkach kulturowych; posługiwać się pojęciami właściwymi dla studiowanego przedmiotu; integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk humanistycznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): rozumienia konieczności i odczuwania potrzeby ciągłego dokształcania się i rozwoju kulturalnego; doskonalenie nabytej wiedzy i umiejętności; myślenie

w sposób kreatywny i zarządzanie umiejętnościami miękkimi; gotowość do propagowania wiedzy z tego zakresu oraz objaśniania jej w środowisku lokalnym.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 8. Historia integracji europejskiej

Cel kształcenia: zapoznanie z najważniejszymi zasadami jakimi kierowali się "ojcowie" Zjednoczonej Europy. Etapami kształtowania Wspólnoty Europejskiej w wymiarze: politycznym, społecznym, gospodarczym, kulturalnym, życia codziennego. Ukazanie problemów i dylematów przed jakimi stawały społeczeństwa poszczególnych państw europejskich w procesie ku "Zjednoczenie Europy" w okresie jej podziału na strefy wpływów; przewyciężenia podziału; w czasach prosperity, kryzysów gospodarczych. Kryzys Unii Europejskiej w perspektywie „brexitu” Wielkiej Brytanii oraz kryzysu instytucji unijnych.

Treści merytoryczne: przedstawienie najważniejszych etapów integracji europejskiej w latach 1945-2015. Europa od czasów zakończenia II wojny światowej po kryzys lat 2008-2015. Podział Niemiec na cztery strefy okupacyjne. Nowa rzeczywistość geopolityczna - formowanie się dwubiegunowego świata. Strefy wpływów w Europie USA i ZSRR. "Żelazna kurtyna". Odbudowa Europy ze zniszczeń wojennych - "Plan Marshalla". Ku pokojowi w Europie. Proces zjednoczenia Europy: Od Europejskiej Wspólnoty Węgla i Stali do Unii Europejskiej. Traktat Lizboński. Kryzys światowy z roku 2008, kryzys związany z falą uchodźców z krajów Bliskiego Wschodu i Północnej Afryki - nowe wyzwania stojące przed Unią Europejską.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): relacje zachodzące między strukturami i instytucjami społecznymi, politycznymi i kulturalnymi; posiada wiedzę o instytucjach społecznych, politycznych i kulturalnych w Europie w XX i XXI wieku.

Umiejętności (potrafi): integrować wiedzę z różnych dyscyplin nauk społecznych i humanistycznych oraz jej zastosować w typowych sytuacjach profesjonalnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samokształcenia oraz uzyskiwanie wszelkich kompetencji niezbędnych na współczesnym rynku pracy. Jest przedsiębiorczy i zaangażowany w projekty społeczne.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. 9. Selected aspects of culture of English-speaking countries

Cel kształcenia: zapoznanie z kluczowymi zagadnieniami związanymi z historią, kulturą i współczesnością krajów angielskiego obszaru językowego oraz ich oddziaływanie na aktywność człowieka w danej epoce w tychże krajach.

Treści merytoryczne: przedmiot prowadzony w języku angielskim przedstawiający wybrane zagadnienia związane z szeroko pojmowaną kulturą krajów anglojęzycznych. Problematyka dotyczy uwarunkowań kulturowych, historii, literatury architektury, malarstwa, rzeźby oraz muzyki w krajach anglojęzycznych na przestrzeni dziejów.

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe pojęcia i wybrane treści po angielsku z zakresu kultury krajów anglojęzycznych w kontekście przemian historyczno-społecznych.

Umiejętności (potrafi): przyporządkować określone wydarzenia historyczne danej epoce, dostrzec główne zjawiska i procesy kulturowe, wyszukiwać, selekcjonować, analizować i oceniać materiały dotyczące przedmiotu.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): rozwijania świadomości różnorodności kulturowej i zrozumienia potrzeby ciągłego dokształcania się.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. GRUPA TREŚCI KIERUNKOWYCH

III.1a Seminarium magisterskie i praca dyplomowa I

Cel kształcenia: przygotowanie do napisania pracy magisterskiej. Pogłębienie wiedzy w zakresie wybranego zagadnienia z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach. Rozwinięcie umiejętności wykorzystywania wiedzy oraz kompetencji zdobytych podczas studiów poprzez ich stosowanie w redagowaniu pracy dyplomowej. Celem zajęć w pierwszym semestrze studiów jest poznanie warsztatu pracy wymaganego przy pisaniu pracy magisterskiej, wybór tematu pracy magisterskiej, ustalenie planu pracy magisterskiej oraz zgromadzenie literatury podstawowej z zakresu wybranego zagadnienia.

Treści merytoryczne: portfolio dyplomanta, zasady kwerendy bibliotecznej, zasady sporządzania bibliografii, zasady cytowania i parafrazowania, zasady edytowania tekstów naukowych, zasady zarządzania czasem. Inne zagadnienia w zależności od wybranego tematu pracy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody możliwe do zastosowania w pracy magisterskiej; rodzaje opracowań naukowych, formalne i merytoryczne kryteria, jakie powinna spełniać praca magisterska; potrzebę badań i działań o charakterze interdyscyplinarnym, uwzględniających wpływ czynników kulturowych i geopolitycznych.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać i selekcjonować informacje z różnych źródeł w procesie zbierania materiałów do pracy magisterskiej; dobrać sposób opisu analizowanych zjawisk; zaplanować proces pisania pracy magisterskiej; poprawnie sporządzać zapisy bibliograficzne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych oraz poczynionych ustaleń; współpracy z opiekunem pracy w zakresie opracowywania materiału empirycznego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1b Seminarium magisterskie i praca dyplomowa II

Cel kształcenia: przygotowanie do napisania pracy magisterskiej. Pogłębienie wiedzy w zakresie wybranego zagadnienia z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach. Rozwinięcie umiejętności wykorzystywania wiedzy oraz kompetencji zdobytych podczas studiów poprzez ich stosowanie w redagowaniu pracy dyplomowej. Celem zajęć w drugim semestrze studiów jest poszerzenie i uporządkowanie wiedzy z zakresu wybranego zagadnienia, napisanie pierwszego rozdziału pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: dyskusja nad wybranymi zagadnieniami związanymi z tematyką prac. Analiza kwestii merytorycznych oraz językowych związanych z przygotowywanymi pracami. Analizowanie i ewaluacja przygotowanych rozdziałów pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię będącą podstawą dla pisanej pracy, podstawy teoretyczne analizowanego zjawiska, poglądy reprezentowane przez naukowców z danej dziedziny; potrzebę badań i działań o charakterze interdyscyplinarnym, uwzględniających wpływ czynników kulturowych i geopolitycznych.

Umiejętności (potrafi): porównać poglądy reprezentowane przez naukowców zajmujących się daną dziedziną, selekcjonować informacje z różnych źródeł zebrane do pracy, formułować na tej podstawie krytyczne sądy, wybrać sposób opisu analizowanych zjawisk.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych oraz poczynionych ustaleń; współpracy z opiekunem pracy w zakresie opracowywania materiału empirycznego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1c Seminarium magisterskie i praca dyplomowa III

Cel kształcenia: przygotowanie do napisania pracy magisterskiej. Pogłębienie wiedzy w zakresie wybranego zagadnienia z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach. Rozwinięcie umiejętności stosowania wiedzy oraz kompetencji zdobytych podczas studiów poprzez ich wykorzystanie w redagowaniu pracy dyplomowej. Celem zajęć w trzecim semestrze studiów będzie pogłębianie wiedzy z zakresu wybranego zagadnienia oraz rozwijanie umiejętności badawczych zakończone ukończeniem części teoretycznej pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: dyskusja nad wybranymi zagadnieniami. Analiza kwestii merytorycznych oraz językowych związanych z przygotowywanymi pracami. Analizowanie i ewaluacja przygotowanych rozdziałów pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): rodzaje opracowań naukowych; kryteria merytoryczne i formalne, jakie powinna spełniać praca magisterska; zasady analizy, raportowania i prezentacji wyników badań z uwzględnieniem ochrony prawa autorskiego oraz norm etycznych; potrzebę badań i działań o charakterze interdyscyplinarnym, uwzględniających wpływ czynników kulturowych i geopolitycznych.

Umiejętności (potrafi): analizować materiały zebrane do pracy; scharakteryzować wybrane zjawiska, zagadnienia będące podstawą pracy; właściwie organizować proces pisania pracy, dokonywać selekcji zasobów bibliograficznych, przeprowadzić badanie empiryczne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych oraz poczynionych ustaleń; współpracy z opiekunem pracy w zakresie opracowywania materiału empirycznego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1d Seminarium magisterskie i praca dyplomowa IV

Cel kształcenia: przygotowanie do napisania pracy magisterskiej. Pogłębienie wiedzy w zakresie wybranego zagadnienia z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach. Rozwinięcie umiejętności stosowania wiedzy oraz kompetencji zdobytych podczas studiów poprzez ich wykorzystanie w redagowaniu pracy dyplomowej. Celem zajęć w czwartym semestrze jest pogłębienie wiedzy i umiejętności z zakresu wybranego obszaru badawczego, wiedzy o formach oraz zasadach formatowania tekstu naukowego, ukończenie pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: dyskusja nad wybranymi zagadnieniami. Analiza kwestii merytorycznych oraz językowych związanych z przygotowywanymi pracami. Analizowanie i ewaluacja przygotowanych rozdziałów pracy dyplomowej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): współczesne dokonania, ośrodki, szkoły badawcze związane z tematem pracy magisterskiej; zasady analizy, raportowania i prezentacji wyników badań z uwzględnieniem ochrony prawa autorskiego oraz norm etycznych; potrzebę badań i działań o charakterze interdyscyplinarnym, uwzględniających wpływ czynników kulturowych i geopolitycznych.

Umiejętności (potrafi): analizować, oceniać informacje z różnych zasobów bibliograficznych, świadomie stosować zdobytą wiedzę w pisaniu pracy magisterskiej, samodzielnie poszerzać swoje umiejętności badawcze poprzez analizę literatury przedmiotu; przeprowadzić badanie empiryczne; pracować w grupie, wykazując wrażliwość na sądy innych, a jednocześnie broniąc swoich tez.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): właściwego określania priorytetów służących napisaniu pracy magisterskiej; przestrzegania zasad etycznych oraz poczynionych ustaleń.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 2. Dziennikarstwo a literatura faktu

Cel kształcenia: prezentacja różnic pomiędzy wypowiedzią faktograficzną i literacką. Zapoznanie z terminologią z zakresu poszczególnych odmian i podziałów prozy dokumentalnej. Wypracowanie umiejętności dostrzegania prozatorskich form dokumentalnych w ujęciu historycznym i historyczno-literackim oraz opiniowania warstwy poznawczej tekstów faktograficznych, a także dyskusji o ich związkach z literaturą i dziennikarstwem.

Treści merytoryczne: zajęcia dotyczą następujących zakresów tematycznych: definicje i podziały literatury faktu, literatura faktu w ujęciu historycznym, autobiografizm w literaturze, diarystyka i eseistyka w rozwoju historycznym, epistolografia, reportaż. Analiza i interpretacja warsztatu tekstów faktograficznych wybranych autorów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię związaną z genealogią literatury faktu i historią form faktograficznych; rozumie związki między dziennikarskim a literackim ujęciem rzeczywistości przedstawionej.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać korelacje między literackim i dziennikarskim ujęciem faktów; postrzegać literaturę faktu w ewolucyjnym ujęciu historycznym.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): gotowość do pracy w grupie, opiniowania i dyskusowania z innymi poglądami.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 3. Nowa stylistyka radiowa w dobie konwergencji

Cel kształcenia: wprowadzenie w najważniejsze zagadnienia związane z gatunkami radiowymi, które podczas procesu konwergencji ewaluowały znaczeniowo i stylistycznie. Zapoznanie z nowymi formatami, hybrydami, wręcz kolekcjami gatunkowymi. Jest to dziś niezbędna wiedza w pragmatyce dziennikarstwa radiowego, w funkcjonowaniu na połączeniu starych do nowych mediów.

Treści merytoryczne: Na zajęciach omawiana jest podstawowa wiedza z zakresu radiowych gatunków dziennikarskich i ich funkcjonowania. Omawiane treści są oparte o wiedzę teoretyczną z zakresu nauki o gatunkach, a także o doświadczenia praktyków (autorki wykładu) i przykłady funkcjonowania wskazanych form. Podczas wykładu wykorzystywane są archiwalne materiały radiowe.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): reprezentatywne, linearne gatunki, ich hybrydy, a także konglomeraty gatunkowe i formatowe; zasady i konieczność ich stosowania w pragmatyce zawodowej, a także potrzebę ich rozpoznawania i kategoryzowania.

Umiejętności (potrafi): analizować i rozpoznawać linearne gatunki, ich hybrydy, a także konglomeraty gatunkowe i formatowe; analizować treść i elementy ich kompozycji. Potrafi w sposób zwięzły i zrozumiały oraz zgodny z polską normą językową wypowiadać się za sprawą pozyskanej na zajęciach wiedzy na temat stosowania i funkcjonowania poszczególnych gatunków i ich odmian.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzeżenia znaczenia rzetelnego funkcjonowania dziennikarza radiowego, ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności, identyfikowania, rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 4. Polska publicystyka polityczna

Cel kształcenia: wyjaśnienie znaczenia roli mediów i ich wpływu na kształtowanie opinii publicznej. Omówienie zasad analizy treści wybranych audycji radiowych i telewizyjnych, artykułów prasowych, formy ich artykulacji oraz sposobu prowadzenia dyskursu.

Treści merytoryczne: tematyka ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie i analizę oferty programowej polskich mediów publicznych i komercyjnych komentujących bieżące wydarzenia z zakresu polityki krajowej i zagranicznej. Ponadto zajęcia uwzględniają analizę wybranych audycji telewizyjnych i radiowych oraz artykułów prasowych ze szczególnym uwzględnieniem elementów polemiki politycznej, perswazji i stronnictwa.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie) znaczenie roli mediów w zakresie kształtowania opinii publicznej oraz podstawowe zasady socjotechniczne wykorzystywane w przekazie medialnym; właściwie definiuje i klasyfikuje publicystyczne gatunki dziennikarskie.

Umiejętności (potrafi): analizować przekaz medialny przez pryzmat zasad etyki dziennikarskiej, dokonywać oceny przekazu medialnego z uwzględnieniem zasady obiektywizmu i proweniencji politycznej, myśleć i działać w sposób kreatywny.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia zdobytej wiedzy i umiejętności, uczenia się przez całe życie. Jest gotów współdziałać i pracować w grupie oraz samodzielnie rozwiązuje problemy.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 5. Metody i techniki badania rynku mediów

Cel kształcenia: wprowadzenie w wybrane problemy dotyczące teorii i praktyki w typologii współczesnych mediów. Użycie praktyczne różnorodnych metod badawczych w odniesieniu do badań mediów a właściwych dla nauk społecznych i humanistycznych. Ukazanie roli i miejsca klucza kategoryzacyjnego jako istotnego narzędzia w badaniach prasy, twórczości radiowej i telewizyjnej. Ukazania zakresów i narzędzi budowy narracji medialnej. Pokazanie zasad formułowania prostych hipotez badawczych i narzędzi za pomocą których je weryfikujemy.

Treści merytoryczne: zastosowanie metody analizy zawartości prasy radia i mediów elektronicznych w tym nowych mediów takich jak Internet; badania sondażowe - technika ankiety; badania mediów drukowanych i elektronicznych w praktyce; prowadzenie własnych badań przez studenta i prezentacja ich wyników.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): wiedzę o metodach i narzędziach badawczych wykorzystywanych w badaniu rynku mediów.

Umiejętności (potrafi): prowadzić badania: rozróżnia orientacje w metodologii badań medioznawczych; formułuje problemy badawcze, dobiera adekwatne metody, techniki i konstruuje narzędzia badawcze; wnioskować, opracować oraz przedstawić wyniki badań, jak również wskazać dalsze ich etapy i kierunki

Kompetencje społeczne (jest gotów): dostrzegać rolę mediów we współczesnym świecie i poddawać ją świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 6. Publicystyka społeczno-kulturalna

Cel kształcenia: wykształcenie umiejętności rozpoznawania gatunków publicystycznych, uświadomienia sobie ich roli w przestrzeni społeczno-kulturalnej, a także wykształcenie umiejętności posługiwania się nimi i krytycznej oceny uruchamianej w trakcie lektury.

Treści merytoryczne: dyskusja i rozpracowywanie różnego rodzaju problemów dotyczących współczesnej krytyki literackiej, roli pełnionej przez czasopisma kulturalne (niszowe, wysokonakładowe, internetowe, papierowe), różnych form wywiadu, reportażu, felietonu, a także kultury popularnej oraz roli pełnionej we współczesnej kulturze przez amatora. Ważnym kontekstem są zależności między nowymi a starymi mediami, a także zniesienie decydującej roli eksperta na rzecz dominującego dyskursu tzw. amatorów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody interpretacji i analizy tekstów kultury i mediów.

Umiejętności (potrafi): czytać i interpretować teksty publicystyczne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy i pracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 7. Produkcja internetowych treści wideo

Cel kształcenia: zapoznanie z techniką tworzenia internetowych treści wideo. Omówienie i zaprezentowanie wszystkich płaszczyzn oferujących przekaz audio-wizualny, w szczególności platformy YouTube. Wypracowanie umiejętności regularnego tworzenia i publikowania treści wideo.

Treści merytoryczne: Wideo tradycyjne a wideo online. Platformy wideo: YouTube, Vimeo, DailyMotion itd. Specyfika YouTube. Produkcja własnego filmu. Tworzenie kanały na YT. Oświetlenie i nagłośnienie produkcji materiału audiowizualnego. Case studies uznanych twórców. Regularne omawianie studenckich produkcji (vlog) o wybranej przez nich tematyce, które zamieszczane są na założonym wcześniej przez nich kanał. Omówienie wraz ze studentami przygotowanych produkcji, poszukiwanie dobrych i słabych stron.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody tworzenia i produkcji treści na kanał wideo typu YouTube.

Umiejętności (potrafi): współpracować w grupie oraz nagrać i zmontować film na platformę YouTube

Kompetencje społeczne (jest gotów do): do pracy w grupie, dyskusji, osiągnięcia kompromisów.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 8. Media lifestylowe w Polsce i na świecie

Cel kształcenia: zapoznanie z wybranymi zagadnieniami dotyczącymi historii mediów lifestylowych w pryzmacie polityki, kultury i ludzi mediów. Ukazanie wpływu mediów lifestylowych w kształtowaniu gustów i zachowań konsumenckich. Problem obiektywności, neutralności mediów lifestylowych w kształtowaniu kanonu współczesnej mody i design'a.

Treści merytoryczne: ukazanie wybranych zagadnień z zakresu historii mediów (polskich, europejskich i amerykańskich) lifestylowych w perspektywie polityki i kultury. Zaprezentowanie najwybitniejszych ludzi mediów XIX, XX i początków XXI wieku, którzy mieli także wpływ na kształtowanie mody i stylu życia. Ukazane zostaną determinanty popularności pism lifestylowych. Ukazane zostaną również główne czynniki kształtujące sprzężenia zwrotne na linii media – kultura - moda oraz moda - kultura - media. Obraz mody i pism lifestylowych w oczach społeczności Olsztyna oraz regionu Warmii i Mazur.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): na poziomie rozszerzonym rolę mediów w kształtowaniu życia społecznego i kultury.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać poszerzoną wiedzę teoretyczną z zakresu nauki o mediach oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych w celu analizowania, interpretowania procesów komunikacyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddaje ją świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 9. Dyskurs medialny

Cel kształcenia: zapoznanie z odmianami dyskursu, od perspektywy językoznawczej począwszy na komunikacyjnej skończywszy oraz z formatami medialnymi występującymi w dyskursie postrzeganym jako strumień informacyjny. Przedstawienie podstawowej metodologii sprzyjającej analizie dyskursu właściwego mediom zinstytucjonalizowanym i interaktywnym. Przekazanie wiedzy o czynnościowym, selektywnym i celowym doborze materiału badawczego i instrumentów analityczno-interpretacyjnych.

Treści merytoryczne: metody identyfikowania dyskursów, analiza ich budowy. Związki ze zjawiskiem medialności, które doprowadziło do wykrystalizowania się odmiany dyskursu medialnego. Przemiany dokonujące się w sferze społecznej kultury transparenacji. Najnowsze trendy w metodologii badań dyskursu medialnego powiązane z treściami wielomedialnymi dostępnymi dzięki funkcjonowaniu tzw. starych i nowych mediów, w szczególności mediów ekranowych, mediów telematycznych, mediów hybrydalnych. Kryteria i cechy tekstowości oraz analiza funkcji i struktur tekstowych w mediach tradycyjnych i nowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istniejące odmiany dyskursu; różnice i podobieństwach pomiędzy językowym a komunikacyjnym ujęciem dyskursu, konsekwencje tzw. ewolucjonizmu medialnego i jego wpływ na przemiany w mediasferze człowieka, rozumie specyfikę bodźca audiowizualnego oraz jego znaczenie w najnowszych przejawach komunikacji społecznej.

Umiejętności (potrafi): agregować, selekcjonować, oceniać informację z ograniczonego zakresu medioznawstwa oraz nauki o komunikowaniu, posługiwać się metodami jakościowymi i ilościowymi: w tym z metodą KAD, analizą zawartości treści, metoda multimodalną, semiologią wizualną, semiotyczną analizą tekstu.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): monitorowania informacji o przemianach medialnych; o ich przyczynie; o konsekwencjach, dostrzec rolę etyki i transparenacji w komunikowaniu za pośrednictwem mediów masowych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład, ćwiczenia.

III. 10. Warsztat reportera telewizyjnego

Cel kształcenia: zapoznanie z praktycznymi aspektami pracy dziennikarza telewizyjnego.

Treści merytoryczne: warunki pracy dziennikarza w praktyce. Pisanie i redagowanie tekstów dziennikarskich, wystąpienia przed kamerą. Nagrywanie i montaż materiałów telewizyjnych, głównie krótkich form informacyjnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): telewizyjne gatunki informacyjne; typowe dla praktyki dziennikarskiej techniki pozyskiwania informacji; zasady przygotowywania, realizacji i montażu materiałów telewizyjnych; terminologię dziennikarską, normy oraz reguły etyczno-prawne rządzące światem mediów.

Umiejętności (potrafi): obsługiwać kamerę i mikrofon; posługiwać się programem do montażu telewizyjnego i montować na nim krótkie materiały filmowe; przygotować materiały dziennikarskie poprawne pod względem emisyjnym (brak błędów montażowych); przygotować tekst dziennikarski, przeczytać go przed kamerą, nagrać w studio krótką relację reporterską z wybranego wydarzenia, przestrzega reguły etyczno-prawne rządzące mediami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego dokumentowania przygotowywanego materiału telewizyjnego. Zaprosić rozmówców adekwatnych do realizowanej tematyki materiału. Jest gotów stale doskonalić swoje umiejętności. Współdziała w grupie przyjmując w niej różne role. Wdraża się w różne aspekty związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 11. Warsztat reportera radiowego

Cel kształcenia: zapoznanie z praktycznymi aspektami pracy dziennikarza radiowego.

Treści merytoryczne: warunki pracy dziennikarza w praktyce. Przygotowywanie różnorodnych materiałów radiowych, głównie z zakresu dziennikarstwa informacyjnego. Nagrywanie i emisja najlepszych materiałów w rozgłośniach radiowych lub w postaci materiałów online.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): różnice w informacyjnych gatunkach radiowych, zasady kompozycji poszczególnych gatunków radiowych, gospodarowania oddechem w trakcie czytania, montażu materiałów radiowych, terminologię dziennikarską oraz metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania informacji, właściwe dla praktyki dziennikarskiej, normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) rządzące mediami.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się programem do montażu dźwięku; pracować na kilku ścieżkach dźwiękowych; obsługiwać sprzęt do nagrywania i mikrofon. Przygotować materiały dźwiękowe poprawne pod względem technicznym. Przygotować podstawowe w radiu formy dźwiękowe. Napisać teksty z przeznaczeniem do czytania w radiu. Identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza, przestrzega reguły etyczno-prawne rządzące mediami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): zaproszenia odpowiednich rozmówców do przygotowywanych materiałów radiowych, ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności. Współdziała w grupie, przyjmując w niej różne role.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 12. Media audialne w Polsce

Cel kształcenia: zapoznanie z sytuacją na rynku rozgłośni radiowych w Polsce.

Treści merytoryczne: system radiofonii w Polsce ze szczególnym uwzględnieniem: uczestników rynku, warunków prawnych, ekonomicznych, organizacyjnych istnienia stacji radiowych. Charakterystyka trzech głównych sektorów radiofonii: publicznego, komercyjnego i społecznego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe sektory radiowe w Polsce: publiczny, komercyjny i społeczny, normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) dotyczące istnienia stacji radiowych, pojęcia zakresu radiofonii. główne stacje radiowe w Polsce, głównych badaczy rynku radiowego w Polsce oraz główne kierunki badań nad radiem w Polsce i na świecie.

Umiejętności (potrafi): scharakteryzować główne problemy stacji radiowych w Polsce; posługiwać się pojęciami zakresu radiofonii; analizować przyczyny i przebieg procesów zachodzących na rynku audiowizualnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pozyskiwania i uzupełniania wiedzy z zakresu radiofonii oraz do wyrobienia sobie własnej opinii i wzięcia udziału w dyskusji na temat kształtu rynku audiowizualnego w Polsce.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 13. Historia mediów: polityka, kultura, ludzie

Cel kształcenia: zapoznanie się z wybranymi zagadnieniami z zakresu historii mediów; prezentacja biografii zawodowych wybitnych osobowości dziennikarskich; analiza przełomowych materiałów dziennikarskich i ich znaczenia dla życia społecznego, politycznego i kulturalnego; dziennikarstwo wobec konfliktów współczesnego świata.

Treści merytoryczne: wpływ mediów na społeczeństwo. Misja i etyka dziennikarska. Dziennikarstwo wojenne, dziennikarstwo obywatelskie. Determinizm technologiczny.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): teorię mediów i ich ewolucji, związki mediów z życiem społecznym, politycznym i ekonomicznym.

Umiejętności (potrafi): analizować i oceniać wpływu mediów na świat i ludzi.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego wyrażania opinii i polemiki z innymi poglądami, do pracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 14. Film polski - tradycja i współczesność

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowym kanonem polskiego kina, stanowiącym jego tradycję oraz tworzącym trzon polskiej współczesnej kinematografii; zaznajomienie z cechami stylistycznymi, charakterystycznymi dla polskiego kina narodowego, uświadomienie obecności w nim także cech transnarodowych.

Treści merytoryczne: charakterystyczne cechy stylistyczne polskiego kina jako kina narodowego w dynamicznej interpretacji konkretnych przykładów dzieł filmowych. Wybrani najwybitniejsi twórcy i dzieła polskiej kinematografii. Kino polskie jako element historii kultury (w tym kultury duchowej

narodu). Rola osobowości artystycznych, w tym gwiazd oraz idoli polskiego kina, które współtworzyły polską współczesną mitografię.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): rolę filmu jako medium audiowizualnego istotnego dla kształtowania życia społecznego, świadomości zbiorowej i kultury oraz na temat przenikania się różnych dziedzin życia społecznego i kultury, w tym na temat filmu jako medium odzwierciedlającego zjawiska kulturowe i społeczne zachodzące w polskim życiu zbiorowym.

Umiejętności (potrafi): argumentować, z odwołaniem się do zdobytej wiedzy na temat historii i współczesności polskiego kina jako części polskiej kultury; potrafi tworzyć prace pisemne na temat rodzimego kina jako dokumentu polskiej kultury oraz świadomości narodowej i społecznej; wskazać jego charakterystyczne elementy stylistyczne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego zdobywania i uzupełniania wiedzy, korzystając z różnych źródeł, w tym książek, czasopism, merytorycznych portali internetowych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 15. Opinia publiczna

Cel kształcenia: wskazanie na podstawowe metody badań opinii społecznej, publicznej, konsumenckiej, odbiorców mediów masowych oraz ich funkcjonalna charakterystyka. Zapoznanie z zasadami dostosowania procedury badawczej do specyfiki jednostek. Opis i wyjaśnianie mechanizmów determinujących zachowania respondentów uczestniczących w procesach badania opinii.

Treści merytoryczne: wybrane metody badań opinii publicznej i społecznej, konsumenckiej, powiązane z odmianami komunikowania społecznego, informacyjnego, marketingowego i politycznego; jakościowe i ilościowe badania opinii; formułowanie celów badawczych; tworzenie zróżnicowanych operatów losowań; wyodrębnianie prób badawczych; analizowanie charakterystyk psychograficznych, konstruowanie instrumentów pomiaru opinii w naturalnym środowisku respondenta i opisywaniem wyników badań; rozpoznanie i ocena źródeł informacji eksploatowanych w badaniach sondażowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowy aparat teoretyczny, niezbędny w projektowaniu i prowadzeniu badań opinii, stanowiska teoretyczne formułowane na temat badań opinii w ujęciu chronologicznym oraz odmiany opinii (powszechna, społeczna, publiczna, konsumencka). Rozumie konteksty naukowe wynikające z obecności nurtów: pozytywistycznego, interpretacyjnego i krytycznego w badaniach opinii oraz wprowadzanie informacji o wybranych typowych dla tych nurtów instrumentów pomiaru opinii.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się specjalistycznym słownictwem właściwym dziedzinie wiedzy, budować operaty losowań i konstruowania prób badawczych, tworzyć podstawowe typy kwestionariuszy i kategoryzować pytania, dobierać skale, pozyskiwać dane i analizować i interpretować wyniki.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznej oceny przydatności sondażowych badań opinii, w tym zależności pomiędzy metodologią a wynikami badań; stosowania zasad etycznych w przygotowywaniu i prowadzeniu badań opinii; przyjmowania postawy cechującej się obiektywizmem.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 16. Wideo online a kultura partycypacji

Cel kształcenia: prezentacja zagadnień związanych z powstawaniem i utrzymaniem platform wideo online (przede wszystkim YouTube, jako największej, najbardziej rozwiniętej i wpływowej).

Treści merytoryczne: sytuacja na rynku przed powstaniem YouTube. Znaczenie YouTube: początki, YouTube jako obszar kultury uczestnictwa. Platformy wideo a media głównego nurtu, znaczenie amatorskich filmów wideo, wojny o prawo autorskie, YouTube jako medium głównego nurtu. Kultura popularna YouTube: wyjaśnienie popularności, klipy i cytaty – zastosowanie treści mediów tradycyjnych, od wodewilu do wideobloga – treści tworzone przez użytkowników, poza podziałem na profesjonalizm i amatorszczyznę. Społeczna strona wideo online: mecenasostwo, youtubersi jako użytkownicy-innowatorzy, kompetencje medialne a sieć społeczna. Polityka kulturalna YouTube. Platformy streamingowe: Twitch, Periscope. Platformy strumieniowe: Netflix, HboGo, Hulu, Disney+, Apple TV+, Amazon Prime i inne. Przyszłość platform wideo.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): platformy wideo online; różnice pomiędzy różnymi ich gatunkami; cechy poszczególnych kanałów dystrybucji treści wideo.

Umiejętności (potrafi): scharakteryzować platformy wideo oraz wymienić ich cechy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uczestniczenia w kulturze partycypacji treści wideo online, komentuje je i współtworzy.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 17. Pragmatyka językowa

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi pragmatyki językowej, tzn. form realizacji i funkcji, a także typologii aktów mowy; pragmatycznego aspektu realizacji dyskursów komunikacji publicznej; pragmatycznego wymiaru komunikacji międzykulturowej.

Treści merytoryczne: funkcjonowanie języków naturalnych w środowisku relacji społecznych. Funkcjonalne aspekty języka, w szczególności semantyka i pragmatyka, a także ich wzajemna konfiguracja: semantyka na bazie pragmatyki, pragmatyka na bazie semantyki, semantyka bez pragmatyki oraz pragmatyka bez semantyki. Modele konfiguracji funkcjonalnych aspektów języka są aplikowane w odniesieniu do różnych sytuacji kulturowych, m.in. modernistycznej oraz postmodernistycznej. Inne zagadnienia to: funkcja pragmatyczna wypowiedzi i typologia jej znaczeń; zachowania fatyczne, intencjonalne i konwencjonalne, przy szczególnym uwzględnieniu teorii aktów mowy. Typologia aktów mowy. Współczesne teorie pragmalingwistyczne: teoria reguł konwersacji, teoria relewancji, teoria pośrednich aktów mowy. Stosowane aspekty pragmatyki językowej: juryslingwistyka, lingwistyka płci, gerolingwistyka i in.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): treści, formy, zasady i procesy komunikacyjnego funkcjonowania języka w różnych sferach działalności społecznej: potocznej, oficjalnej, medialnej, naukowej, technicznej, politycznej itd.; podstawową terminologię w zakresie pragmatyki językowej (lingwistyki komunikacyjnej, pragmalingwistyki, krytycznej analizy dyskursu); podstawowe pojęcia dotyczące społecznego nacechowania produktów działalności językowej; rozumienie zaawansowane metody analizy pragmatycznych aspektów języka.

Umiejętności (potrafi): przygotować kompleksowe informacje z zakresu pragmatyki językowej w spójnej i zrozumiałej formie; interpretować, wartościować i problematyzować różne obszary, sfery i sytuacje społecznego funkcjonowania języka w zmieniających się warunkach kulturowych; posługiwać się pojęciami właściwymi dla studiowanego przedmiotu; integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk humanistycznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się i rozwoju kulturalnego; doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności; myślenia w sposób kreatywny i zarządzania umiejętnościami miękkimi; propagowania wiedzy z omawianego zakresu oraz objaśniania jej w środowisku lokalnym.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 18. Gatunki publicystyczne w praktyce

Cel kształcenia: wykształcenie nawyku wypowiedzi publicystycznej oraz umiejętności posługiwania się różnymi gatunkami publicystycznymi.

Treści merytoryczne: poznawanie różnych tekstów publicystycznych, które zostaną poddane analizie ze szczególnym zwróceniem uwagi na indywidualny styl autora oraz specyfikę gatunku oraz medium, w którym tekst jest upubliczniany. Gatunki o charakterze pogranicznym - zależności między informacją a publicystyką. Twórczość znanych publicystów poprzez odwołanie do konkretnych tekstów i wyróżników gatunku w nich realizowanych. Publicystyka tzw. amatorów, którzy chętnie wykorzystują nowe media i stają się komentatorami-idolami dla odbiorców Internetu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): różnice między gatunkami publicystycznymi (w tym też pogranicznymi).

Umiejętności (potrafi): posługiwać się gatunkami publicystycznymi w praktyce.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): rozpoznawania charakteru gatunków publicystycznych oraz wynikających z tego konsekwencji w zakresie komunikacji społecznej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 19. Dziennikarstwo śledcze

Cel kształcenia: znajomość zasad związanych z pragmatyką materiałów śledczych w mediach w Polsce i na świecie; znajomość i rozumienie podstaw prawnych materiałów śledczych; znajomość reguł warsztatowych związanych z przygotowaniem, redagowaniem i publikowaniem materiałów śledczych. Umiejętność analizy dziennikarskich materiałów śledczych. Nabycie kompetencji w zakresie interpretacji społeczno-politycznego i kulturowego wymiaru tekstu śledczego.

Treści merytoryczne: historia dziennikarstwa śledczego w Polsce i na świecie, definicje i podziały materiałów śledczych; etyka dziennikarska; prawo prasowe ze szczególnym uwzględnieniem prawa do informacji, prawa do krytyki, zasady zachowania szczególnej staranności, obowiązku ochrony tajemnicy zawodowej dziennikarza, ochrona dóbr osobistych, danych osobowych; praca z dokumentami; analiza głośnych materiałów śledczych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): znaczenie społeczno-politycznego i etycznego sensu materiałów śledczych.

Umiejętności (potrafi): opanować warsztat dziennikarski w zakresie pracy z dokumentami, sposobów pozyskiwania informacji, weryfikacji informacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego wyrażania opinii, weryfikacji informacji źródłowych, do pracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 20. Kreowanie fabuł audiowizualnych

Cel kształcenia: zapoznanie z formą gatunkową scenariusza utworu audiowizualnego oraz wyposażenie studenta w podstawową wiedzę oraz techniczne umiejętności, niezbędne do poprawnego skonstruowania i napisania scenariusza krótkiej formy audiowizualnej.

Treści merytoryczne: przypomnienie wiedzy o podstawowych elementach języka filmu, zasadach narracji i dramaturgii utworów audiowizualnych na przykładzie poetyki filmu fabularnego, zapoznanie z formą i celami scenariusza utworu audiowizualnego, technikami pracy nad scenariuszem utworu audiowizualnego, formatem scenariusza filmowego, strukturą scenariusza filmowego. Praca warsztatowa nad scenariuszem małej formy audiowizualnej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): warsztat dziennikarza zatrudnionego w mediach wykorzystujących materiały audiowizualne.

Umiejętności (potrafi): integrować wiedzę z różnych dyscyplin powiązanych z nauką o mediach w celu przygotowania projektu dziennikarskiego materiału audiowizualnego w formie scenariusza; formułować i wyrażać własne idee i poglądy oraz wykorzystywać krótkie formy audiowizualne do ich przekazywania; redagować pracę pisemną w gatunkowej formie scenariusza.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodoskonalenia się i samokształcenia, zwłaszcza w zakresie praktycznych kompetencji zawodowych, jest gotów do współpracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 21. Estetyka mediów wizualnych

Cel kształcenia: zapoznanie z zagadnieniami związanymi z wkraczaniem mediów różnego typu w obszar estetyki, np. kreowanie sztuki w mediach, sztuki mediów, charakterystyka kina i wideo-artu jako medium audiowizualnego.

Treści merytoryczne: charakterystyka związku mediasfery z estetyką w wymiarze ogólnym oraz szczegółowym na wybranych przykładach. Opis tendencji rozwojowych oraz transformacyjnych przestrzeni medialnej, jak również poszczególnych mediów pod wpływem sztuki i kultury. Przemiany w sztuce i kulturze pod wpływem mediów audiowizualnych. Związek konwergencji mediów z estetyką. Charakterystyka wybranych mediów, zwłaszcza mediów audiowizualnych (np. telewizji, kina) pod kątem ich funkcji estetycznych. Analiza środków służących estetyce i estetyzacji w poszczególnych typach mediów ze szczególnym uwzględnieniem mediów audiowizualnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): w poszerzonym wymiarze rolę estetyki i estetyzacji mediów w kształtowaniu życia społecznego i kultury, zna terminologię związaną z estetyką mediów.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje związane z estetyką mediów ze źródeł pisanych i elektronicznych. Posiada umiejętność integrowania wiedzy z różnych dyscyplin humanistycznych oraz jej wykorzystania we własnej pracy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy i umiejętności z zakresu estetyki mediów, zwłaszcza przez lekturę literatury oraz analizę przekazów medialnych; dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddaje ją świadomej ocenie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 22. Fundusze europejskie w praktyce dziennikarskiej

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi funduszami Unii Europejskiej, źródłach informacji oraz sposobami informowania potencjalnych beneficjentów. Przygotowanie do bezpośredniego aplikowania.

Treści merytoryczne: podstawowe wspólnotowe obszary działalności UE. Programy Operacyjne 2014 – 2020; Urzędy i inne jednostki organizacyjne obsługujące fundusze w Polsce; Wspólnotowe i polskie podstawowe akty prawne regulujące opracowywanie wniosków.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zasady funkcjonowania UE; instytucje unijne i ich kompetencje; opisy merytoryczne podstawowych Funduszy Europejskich i Programów Operacyjnych.

Umiejętności (potrafi): przygotować wniosek w sprawie realizacji projektów unijnych dla różnych podmiotów życia społeczno – gospodarczego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): udzielania informacji merytorycznych osobom fizycznym i prawnym o głównych programach operacyjnych; prowadzenia promocji funduszy unijnych; merytorycznej pomocy w przygotowaniu wniosku w ramach funduszy unijnych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 23. Reportaż polski w XXI w.

Cel kształcenia: zdobycie wiedzy na temat współczesnego polskiego reportażu, głównych przedstawicieli gatunku oraz podejmowanych przez nich tematów.

Treści merytoryczne: twórczość takich reporterów, jak m.in. Małgorzata Szejnert, Mariusz Szczygieł, Wojciech Tochman, Katarzyna Surmiak-Domańska, Filip Springer, Wojciech Jagielski, Jacek Hugo-Bader, Marcin Kącki, Włodzimierz Nowak, Ewa Winnicka, Artur Domosławski i inni.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): współczesny reportaż polski, głównych przedstawicieli gatunku oraz podejmowane przez nich tematy.

Umiejętności (potrafi): wskazać rolę pełnioną współcześnie przez reportaż i wskazywać problemy poruszane przez poszczególnych reporterów.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy na temat współczesności poprzez lekturę książek reporterów i dyskusję na ich temat.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 24. Growth Hacking

Cel kształcenia: podstawowe cele kształcenia dotyczą wiedzy o niestandardowych podejściach do marketingu, ze szczególnym uwzględnieniem znaczenia i funkcji mediów w marketingu. Cele szczegółowe związane są z przekazywaniem wiedzy i umiejętności na temat tworzenia niestandardowych, kreatywnych i angażujących uwagę odbiorców (konsumentów, widzów, słuchaczy, czytelników, internautów) treści medialnych, jak również z przekazywaniem wiedzy i umiejętności o kierowaniu uwagą za pośrednictwem mediów tradycyjnych i nowych oraz w szczególności tych wytworów komunikacji sieciowej, które pierwotnie nie są kojarzone z przekazywaniem informacji, np. o charakterze sprzedażowym.

Treści merytoryczne: kreatywne i angażujące uwagę odbiorców tworzenie treści trafiających następnie do mediasfery. Przekazywana wiedza dotyczy nie tylko kreatywnego ujmowania tematyki marketingowej, lecz także sposobów takiej ekspozycji treści, aby była ona jak najbardziej zauważalna; Rozpoznawanie funkcji mediów, które są szczególnie przydatne w strategiach komunikacyjnych łączonych z Growth Hackingiem. W toku wykładów rozpatrywane są cechy tradycyjnych mediów eksploatowanych niegdyś w nurcie *guerilla marketingu* jak również komunikacji reklamowej znanej jako *ambient media* oraz mediów nowych. W tym przede wszystkim tych wytworów komunikacji sieciowej, które uznawane są przez odbiorców za bardzo atrakcyjne, lecz pierwotnie nie kojarzone z funkcjami mediów, jakie można wykorzystać w celach marketingowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istniejące taktyki i strategie kreatywnej ekspozycji treści reklamowej, w tym np. poprzez operowanie czcionką, kolorystyką, aranżacją przestrzeni komunikowania, jak również strukturami składniowymi; cechy i funkcje mediów tradycyjnych i nowych, w tym o niestandardowym podchodzeniu do komunikacji, w której medium może mieć dowolną postać, pod warunkiem, że pozwoli efektywnie osiągać cele marketingowe.

Umiejętności (potrafi): kreatywnie tworzyć treści marketingowe, przeznaczonych dla różnych typów mediów: tradycyjnych, nowych, jak również obiektów, które dzięki niestandardowemu podejściu marketingowemu mogą się stać mediami komunikowania o zróżnicowanych zakresach (grupowe, półmasowe, masowe); dostosować medium do projektowanego celu komunikacyjnego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uświadomienia sobie potencjału i efektywności komunikacyjnej mediów wielomodalnych (integrujących dźwięk, obraz, ruch) oraz etycznych i nieetycznych kontekstach posługiwania się mediami wykorzystywanymi przez zróżnicowane grupy odbiorców (przede wszystkim przez osoby bardzo młode, jak również te w podeszłym wieku).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. 25. Sztuka negocjowania

Cel kształcenia: przekazanie podstawowych informacji z zakresu negocjacji (przygotowanie i prowadzenie procesu negocjacyjnego). Nabycie znajomości podstawowych technik negocjacyjnych. Opanowanie umiejętności samodzielnego prowadzenia procesu negocjacji.

Treści merytoryczne: Pojęcie negocjacji; Fazy negocjacji; Techniki negocjacji (Techniki miękkie, Techniki twarde, Techniki oparte na zasadach); Umiejętności potrzebne do prowadzenia negocjacji; Komunikacja werbalna (Słuchanie, Mówienie); Komunikacja niewerbalna (Mimika twarzy, Gesty, Właściwości głosu i mowy, Przestrzeń interpersonalna); Psychologiczne aspekty przebiegu negocjacji; Tworzenie koncepcji działania; Formułowanie propozycji negocjacyjnych; Zakończenie procesu negocjacji; Najczęściej popełniane błędy w negocjacjach; Działania negatywne w negocjacjach

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): proces negocjacyjny.

Umiejętności (potrafi): projektować i realizować działania w zakresie negocjacji; posługiwać się normami etycznymi podczas prowadzenia negocjacji oraz przewidywać skutki konkretnych działań.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uznania wpływu profesjonalnego podejścia na wynik negocjacji; poszukiwania optymalnych rozwiązań.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 26. Komunikowanie międzykulturowe i międzynarodowe

Cel kształcenia: doskonalenie kompetencji komunikowania z przedstawicielami innych kultur narodowych, dzięki zdobytej wiedzy teoretycznej, a także poprzez kontakty interpersonalne z przedstawicielami innych kultur (zaproszonymi na zajęcia).

Treści merytoryczne: definicje komunikowania międzykulturowego; komunikowanie międzykulturowe a międzynarodowe; czynniki ułatwiające komunikowanie międzykulturowe, czynniki utrudniające komunikowanie międzykulturowe; język jako narzędzie komunikacji, znajomość symboli, bohaterów, rytuałów i wartości wybranych kultur; klasyfikacje kultur (według Halla, Hofstede, Gestelanda); szok kulturowy i strategie akulturacji, stereotypy, uprzedzenia, dyskryminacja; małżeństwa binacjonalne; komunikowanie międzykulturowe w reklamie, biznesie i działaniach PR; mniejszości narodowe i etniczne w Polsce.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): definicje komunikowania międzykulturowego; komunikowanie międzykulturowe a międzynarodowe; czynniki ułatwiające komunikowanie międzykulturowe, czynniki utrudniające komunikowanie międzykulturowe; język jako narzędzie komunikacji, znajomość symboli, bohaterów, rytuałów i wartości wybranych kultur; klasyfikacje kultur (według Halla, Hofstede, Gestelanda); szok kulturowy i strategie akulturacji, stereotypy, uprzedzenia, dyskryminacja; małżeństwa binacjonalne; komunikowanie międzykulturowe w reklamie, biznesie i działaniach PR; mniejszości narodowe i etniczne w Polsce.

Umiejętności (potrafi): komunikować się z przedstawicielami innych kultur, zachowując postawę otwartości i relatywizmu kulturowego (przy jednoczesnym docenieniu symboli, bohaterów, rytuałów i wartości własnej kultury), zrozumieć czytane teksty z wyodrębnieniem z nich istotnych informacji,

przygotować prezentację na zadany temat, wyrazić własny pogląd na konkretny temat i poprzeć go merytorycznymi argumentami, dyskutować z innymi osobami w grupie (jedno- i wielokulturowej).

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego poszerzania wiedzy na temat komunikowania międzykulturowego i międzynarodowego, funkcjonowania w grupie wielokulturowej/wielonarodowej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład, ćwiczenia.

III. 27. Organizacja i zarządzanie mediami

Cel kształcenia: zapoznanie z funkcjonowaniem redakcji telewizyjnych, radiowych i prasowych oraz sposobami ich zarządzania.

Treści merytoryczne: system funkcjonowania mediów w Polsce i na świecie z uwzględnieniem: warunków prawnych, ekonomicznych i organizacyjnych. Sektory: publiczny, komercyjny i społeczny oraz struktura pracy samych redakcji z naciskiem na stacje telewizyjne.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): główne stacje telewizyjne i radiowe w Polsce, różnice pomiędzy mediami komercyjnymi, publicznymi i społecznymi; różnice w sposobie ich funkcjonowania, organizacji i zarządzania; normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) dotyczące działalności mediów.

Umiejętności (potrafi): omówić główne problemy funkcjonowania mediów w Polsce; scharakteryzować strukturę pracy redakcji telewizyjnej i radiowej; analizować przyczyny i przebieg procesów zachodzących na rynku audiowizualnym.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pozyskiwania i uzupełniania wiedzy z zakresu organizacji i zarządzania mediami, udziału w dyskusji nad stanem funkcjonowania mediów w Polsce i na świecie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III. 28. Prawo prasowe

Cel kształcenia: przedstawienie podstawowych założeń polskiego prawa w zakresie mediów.

Treści merytoryczne: Polskie prawo medialne - regulacje konstytucyjne; Rola i funkcja Rady Prasowej oraz Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji; Prawo prasowe jako podstawa wiedzy dziennikarskiej; Prawo do informacji i krytyki prasowej; Gwarancje prawne i ustrojowe zasady wolności mediów, w tym konstytucyjnych zasad wolności wypowiedzi, wolności dostępu do informacji i wolności rozpowszechniania informacji; Prawo do tajemnicy zawodowej; Odpowiedzialność prawna dziennikarza; Prawne i normatywne aspekty działalności instytucji medialnych; Zasady prowadzenia działalności medialnej (zasady i wymogi dotyczące dopuszczalnej treści wypowiedzi w prasie drukowanej, radiu, telewizji i Internecie); Zagadnienie ochrony praw własności intelektualnej w obszarze mediów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię z zakresu prawa mediów, ma podstawową wiedzę o źródłach prawa mediów; relacje między podmiotami tzw. rynku mediów – nadawcami, odbiorcami, Krajową Radą Radiofonii i Telewizji; normatywne i praktyczne aspekty działalności medialnej w celu prowadzenia takiej działalności w Polsce i za granicą; zasady prowadzenia działalności medialnej, w zakresie praw i obowiązków dziennikarza oraz mediów oraz zasad odpowiedzialności prawnej dziennikarzy i mediów.

Umiejętności (potrafi): zastosować normy prawne; rozróżnia systemy i rodzaje uregulowań prawnych dotyczących mediów.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostosować swoje działanie do poznanych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. GRUPA TREŚCI ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA

IV. A. Komunikacja wizerunkowa

IV. A. 1 PR korporacyjny

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi procesu korporacyjnych public relations oraz ich przygotowanie do podejmowania ról związanych z koordynowaniem kampanii PR w zróżnicowanych sytuacjach komunikacji społecznej.

Treści merytoryczne: Istota i cele PR korporacyjnego; Kodeksy etyczne jako wyróżnik PR korporacyjnego w systemach komunikowania społecznego; Zasady etyczne PR (prawda, transparentność, dialog społeczny, partnerstwo); Miejsce PR w strukturze organizacyjnej korporacji. Dziedziny PR korporacyjnego; PR w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej korporacji; Tożsamość i wizerunek – aspekty zarządzania reputacją korporacji; Osobowość korporacyjna jako element zarządzania tożsamością w kreowaniu wizerunku dla celów budowania reputacji; PR korporacyjny jako komunikowanie informacyjne i perswazyjne; Zarządzanie systemem identyfikacji wizualnej korporacji; Instrumenty zewnętrznego PR korporacyjnego (media relations, witryna WWW i blog korporacyjny, korporacyjny event PR, sponsoring); Studia przypadków: analiza kampanii PR korporacyjnego; Kreowanie wizerunku Corporate Social Responsibility w public relations korporacji ewaluacja procesu PR korporacyjnego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): techniki PR korporacyjnego.

Umiejętności (potrafi): organizować kampanii PR korporacyjnego w duchu etyki i społecznej odpowiedzialności organizacji, sprawnie zarządzać tożsamością organizacji: osobowością korporacyjną, komunikacją, systemem identyfikacji wizualnej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pełnienia funkcji rzecznika prasowego, menedżera PR korporacji; uwrażliwionego na etyczne aspekty PR i współpracy z otoczeniem zewnętrznym (z dominanta mediów).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 2. Gatunki wypowiedzi w PR

Cel kształcenia: przygotowanie do podejmowania ról związanych z kreowaniem komunikacji PR za pomocą profesjonalnych gatunków wypowiedzi.

Treści merytoryczne: przemówienia jako PR-owska forma komunikowania z otoczeniem. Informacja prasowa/notatka prasowa/komunikat informacyjny. Opracowanie prasowe lub *opracowanie tematyczne, informacja tematyczna*. Oświadczenie prasowe. Informacja specjalistyczna/opracowanie specjalistyczne. Opracowanie popularne/popularnonaukowe. Artykuły: gotowy do druku. „Podpisany”. Artykuł przeglądowy. Biogram. Biogram narracyjny. Memorandum, memoriał. Przedruk. List promocyjny. Książka faktów. Opracowanie typu „pytanie-odpowieź”. Historia przypadku. Studium przypadku. Opracowanie podsumowujące materiały prasowe - dokumentacji, przemówień.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): konwencji gatunkowych wypowiedzi PR.

Umiejętności (potrafi): samodzielnie opracowywać teksty PR i je generować do otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego organizacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): posługiwania się pisemnymi i mówionymi gatunkami wypowiedzi w ramach media relations.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 3. Prawo mediów w komunikacji wizerunkowej

Cel kształcenia: przedstawienie prawnych aspektów komunikowania wizerunkowego, ze szczególnym uwzględnieniem prawa własności intelektualnej i ochrony danych osobowych umieszczoną w przestrzeni aktów prawnych europejskich i polskich.

Treści merytoryczne: rodzaje wizerunków/wizerunek a tożsamość/komunikacja wizerunkowa/ prawne aspekty komunikowania medialnego/wizerunek i jego ochrona/ochrona danych osobowych i wizerunku/wizerunek jako dobro osobiste/prawo komunikacji wizerunkowej w internecie/źródła ochrony dóbr osobistych w internecie/RODO.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): prawne aspekty komunikacji wizerunkowej.

Umiejętności (potrafi): diagnozować przestrzeń komunikacji wizerunkowej; stosować przepisy prawa odnoszące się do komunikacji wizerunkowej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): diagnozowania rzeczywistości społecznej; dostrzegania znaczenie prawnych aspektów komunikacji wizerunkowej i jest na nie wrażliwy.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 4. Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube

Cel kształcenia: zapoznanie z kwestiami aksjologicznymi, dotyczącymi zawartości treściowej kanałów kreowanych w serwisie YouTube przez użytkowników polskojęzycznych.

Treści merytoryczne: metodologiczne uwarunkowania analizy zawartości na materiale audiowizualnych polskich treści YouTube; polska aksjosfera YouTube'a: idee, wartości, wartościowanie i ocenianie - na przykładzie wybranych kanałów tematycznych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe orientacje aksjologiczne w serwisie YouTube.

Umiejętności (potrafi): dostrzegać przejawy wartościowania i oceniania w przekazach youtuberów; rozróżniać wartości manifestowanych przez użytkowników YouTube'a; diagnozować przejawów perswazji, manipulacji, jak również postaw narcystycznych w komunikacji społecznej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): do profesjonalnego wykorzystania kanałów polskich youtuberów jako potencjalnego źródła inspiracji w praktyce dziennikarskiej lub PR-owskiej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 5. Podstawy komunikacji wizerunkowej

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi komunikacji wizerunkowej, jej form i funkcji, a także obszarów zastosowania.

Treści merytoryczne: Pojęcie wizerunku. Wymiary wizerunku: psychologiczny, społeczny, marketingowy, komunikacyjny, prawny. Wizerunek a pojęcia pokrewne: stereotyp, reputacja, prestiż, status, opinia, obraz, styl. Funkcje wizerunku. Pojęcie torowania (primingu). Funkcje wizerunku względem beneficjenta. Motywacja wizerunku. Wizerunek równoległy. Typy wizerunków: publiczny/medialny, otwarty/zamknięty, własny/zaoferowany, osobisty/zbiorowy, grupowy/globalny, wewnętrzny/zewnętrzny, pozytywny/negatywny, pośredni/bezpośredni, zamknięty/domniemany, doraźny/permanentny. Model dynamiczny wizerunku. Dyskursy wizerunkowe: treść, forma/struktura, oddziaływanie/efekty, kontekst.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): społeczną rolę komunikacji wizerunkowej w dzisiejszym świecie; miejsca i znaczenie komunikacji wizerunkowej; podstawową terminologię badań dotyczących komunikacji wizerunkowej; główne kierunki rozwoju i najważniejsze nowe osiągnięcia w obszarze komunikacji wizerunkowej, a także historii sztuki wizualnej.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów; dekodować i interpretować teksty wizerunkowe (reklamy, PR); formułować i analizować problemy badawcze, dobrać metody i narzędzia badawcze, opracować i prezentować wyniki, pozwalające na rozwiązanie typowych zadań/problemów; posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami teorii komunikacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego podejmowania działań profesjonalnych; pracy w instytucjach publicznych, organizacjach gospodarczych, prywatnych i non-profit, zwłaszcza w zakresie zarządzania procesami, komunikacyjnymi, budowania wizerunku, opracowywania kampanii i strategii komunikacyjnych; wprowadzenia standardów komunikacji językowej i pozajęzykowej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 6. Lobbying i PR

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi lobbyngu jako dziedziny PR.

Treści merytoryczne: Definicje lobbyngu; Lobbyng jako obszar public relations; Pozytywne i negatywne aspekty lobbyngu; Strategie i techniki lobbyngu; Podstawy funkcjonowania lobbyngu w Polsce na podstawie ustawy zasadniczej; Ustawa o działalności lobbyngowej w procesie stanowienia prawa; Kodeks etyczny lobbyngistów; Charakterystyka wybranych inicjatyw lobbyngowych w Polsce; Postrzeganie działalności lobbyngowej przez polską opinię publiczną.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): działania lobbyngowe w polskich i europejskich uwarunkowaniach prawnych.

Umiejętności (potrafi): organizować działania lobbyngowe zgodne z etyką PR oraz zasadami prawa.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pełnienia roli menedżera PR w zakresie koordynowania działań lobbyngowych na potrzeby danego podmiotu.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 7. Strategie komunikacyjne w biznesie

Cel kształcenia: wprowadzenie do ogólnej teorii komunikacji rozumianej jako dziedzinę, w której za punkt wyjścia przyjmuje się proces komunikowania jako pierwotny wobec wszystkich innych procesów społecznych; zaznajomienie z najnowszymi osiągnięciami kognitywistyki, konstruktywizmu, teorii systemów społecznych oraz koncepcjami umysłu niezbędnymi do rozumienia złożoności komunikowania za pomocą mediów i w mediach.

Treści merytoryczne: zagadnienia organizacyjne. Wprowadzenie to tematyki ogólnej teorii komunikacji; Klasyczne koncepcje filozoficzne w zakresie teorii komunikacji; Klasyczne koncepcje komunikacji międzyludzkiej; Elementy historii społeczeństwa medialnego oraz ich odniesienie do obszaru naukowej konceptualizacji komunikowania; Nowoczesne koncepcje filozoficzne w zakresie nauki o komunikacji; Znaczenie wiedzy teoretycznej o komunikacji dla praktyki badawczej i zawodowej

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): filozoficzne i naukowe koncepcje bazowe dla teorii komunikacji; nowoczesne teorie komunikacji i ich zastosowanie w analizie zjawisk społeczeństwa medialnego.

Umiejętności (potrafi): poruszać się wśród najnowszych modeli teoretycznych właściwych dla teorii komunikacji; twórczo analizować zjawiska społeczne z wykorzystaniem różnych modeli komunikowania.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ustawicznego kształtowania i pogłębiania wiedzy z zakresu komunikacji międzyludzkiej w kontekście zmieniającej się rzeczywistości społeczeństwa medialnego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 8. Kryzysowe Public Relations

Cel kształcenia: opanowanie zasad zarządzania komunikacją w sytuacjach kryzysowych; przyswojenie metod kryzysowej współpracy z mediami; nabycie umiejętności redagowania planu komunikowania kryzysowego dla danej organizacji.

Treści merytoryczne: PR-owskie ujęcie kryzysu (istota i definicje sytuacji kryzysowej); Typowe sytuacje kryzysowe; Przyczyny kryzysu w polskich organizacjach; Kwestionariusz profilaktyki antykryzysowej; Symptomy kryzysu (zaskoczenie, deficyt informacyjny, eskalacja zdarzeń, utrata kontroli, osąd opinii publicznej, faza osaczenia organizacji, panika); Prewencja: istota zarządzania problemami – koncepcja issue management Howarda Chase; Zarządzanie konfliktami jako sposób przeciwdziałania kryzysom personelu; Odmiany sytuacji kryzysowych; Przebieg kryzysu – zarządzanie etapami Komunikowanie się organizacji w sytuacji kryzysowej (monitoring sytuacji rzeczywistej; monitoring medialnego obrazu sytuacji kryzysowej; komunikowanie jednoznacznego stanowiska organizacji do wyodrębnionych grup docelowych; Ewaluacja: ocena sytuacji i efektów komunikowania, stopień osiągnięcia zamierzonych celów komunikacyjnych; korekta komunikacji; uniwersalne reguły komunikowania kryzysowego – 5 P komunikacji etycznej); Strategie komunikacji antykryzysowej (strategie defensywne i ich krytyczna ocena; kryteria skuteczności strategii akomodacyjnych); Sposoby komunikowania organizacji w kryzysie (istota informowania wewnątrz organizacji; instrumenty kryzysowej komunikacji wewnętrznej; instrumenty komunikowania z otoczeniem zewnętrznym; rola komunikacji internetowej w kryzysie (zasady wykorzystania korporacyjnej witryny WWW; kryzysowe wykorzystanie mediów społecznościowych); Kryzysowe media relations – zasady współpracy z dziennikarzami (odpowiedzi na zapytania dziennikarskie; zasady organizowania konferencji prasowej).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): PR-owskie zasady profesjonalnego zarządzania komunikacją w kryzysie.

Umiejętności (potrafi): umiejętność komunikowania zewnętrznego i wewnętrznego w trakcie zarządzania PR-owskiego kryzysem.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): profesjonalnej PR-owskiej współpracy z mediami przy obsłudze sytuacji kryzysowych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 9. Etykieta komunikacyjna i wizerunkowa w pracy dziennikarza

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami kultury akademickiej, towarzyskiej i etykiety zawodowej ze szczególnym uwzględnieniem pracy dziennikarza.

Treści merytoryczne: normy prawne i moralne oraz zwyczajowe; zasady dobrego zachowania, etykieta towarzyska, etykieta dyplomatyczna oraz etykieta zawodowa w pracy dziennikarza; zasady savoir-

vivre`u w życiu codziennym, rola i znaczenie etykiety w życiu zawodowym; zasady komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz wizerunku w pracy dziennikarza.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): na poziomie rozszerzonym rolę mediów i języka polskiego w kształtowaniu życia społecznego i kultury; źródła wiedzy na temat etykiety w życiu zawodowym; językowe środki z zakresu komunikacji perswazyjnej, techniki argumentacyjne oraz chwyt retoryczne właściwe dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej; identyfikacja we współczesnych przekazach medialnych.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać wiedzę na temat etykiety oraz zasad i norm etycznych; formułować i wyrażać własne poglądy w ważnych sprawach społecznych i etycznych; samodzielnie zdobywać wiedzę, konstruować argumenty odwołując się do współczesnej przestrzeni medialnej, politologicznej i historycznej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności; rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarza; współdziałania w grupie, przyjmując w niej różne role; wykorzystania zdobytej wiedzy oraz jej zastosowania; stosowanie zasad etykiety.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 10. Retoryka reklamy

Cel kształcenia: przedstawienie zasad analizy przekazu reklamowego ze szczególnym uwzględnieniem aspektu werbalnego oraz wykorzystanie ich w sposób praktyczny do samodzielnego przygotowania komunikatu reklamowego.

Treści merytoryczne: historyczne uwarunkowania rozwoju reklamy; Organizacja i funkcjonowanie rynku reklamowego w Polsce; Zasady współpracy z podmiotami na rynku reklamowym; Etapy projektowania kampanii reklamowych; Metody wyznaczania budżetu reklamowego; Cele kampanii reklamowych; Definiowanie grup docelowych przekazu reklamowego; Psychologiczne aspekty oddziaływania reklamy; Język i retoryka reklamy; Elementy przekazu reklamowego; Metody i techniki prezentacji przekazu reklamowego; Wykorzystanie niestandardowych mediów w kampaniach reklamowych; Planowanie mediów; Wykorzystanie badań marketingowych w organizacji kampanii reklamowych; Miary efektywności działań reklamowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe formy organizacyjne przedsiębiorstw funkcjonujących na rynku reklamowym oraz zasady ich tworzenia, funkcjonowania i rozwoju; podstawowe metody i techniki wspomagające procesy podejmowania decyzji w ramach projektowania i organizowania kampanii reklamowych itp.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu nauki o mediach oraz powiązanych z nią dyscyplin naukowych i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych w celu analizowania, interpretowania procesów komunikacyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): integrowania wiedzy z różnych dyscyplin nauk społecznych i humanistycznych oraz jej zastosowania w pracy dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. A. 11. Branding

Cel kształcenia: zapoznanie z procesem zarządzania marką zarówno na poziomie lokalnym, narodowym, a także globalnym.

Treści merytoryczne: Proces i procedury przygotowań do wprowadzenia marki na rynek. Zarządzania marką w przestrzeni medialnej i ekonomicznej. Elementy modelowania decyzyjnego i kreatywne koncepcje związane z wymyśleniem marki i jej skuteczną implementacją.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe metody badawcze i strategie argumentacyjne właściwe dla komunikacji społecznej.

Umiejętności (potrafi): samodzielnie zdobywać wiedzę, wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informacje z różnych źródeł, pracować w zespole pełniąc różne role. Posiada elementarne umiejętności badawcze oraz organizacyjne pozwalające zapanować nad działaniami profesjonalnymi.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia swojej wiedzy i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism, portali internetowych. Jest gotów do współpracy w grupie. Jest otwarty na nowe idee i gotów do zmian stanowiska w aspekcie dostępnych argumentów.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 12. Narzędzia komunikacji wizerunkowej

Cel kształcenia: zapoznanie z najnowszymi narzędziami kreowania wizerunku w komunikacji publicznej oraz opanowanie umiejętności stosowania narzędzi kreowania wizerunku w praktyce społecznej i zawodowej.

Treści merytoryczne: narzędzia komunikacji wizerunkowej: performatywne i semiotyczne. Komunikacja wizerunkowa w sektorze marketingowego PR. Podstawowe zadania PR związane z zarządzaniem informacją. Narzędzia komunikacji wizerunkowej w zależności od etapu planowania, etapu działania i etapu kontroli i oceny. Narzędzia tożsamościowe: corporate attitude, corporate behaviour, corporate identity (corporate design). Narzędzia komunikacji wizerunkowej w sektorze dziennikarstwa: prasa, TV, radio. Narzędzia komunikacji wizerunkowej w internecie. Narzędzia semiotyczne komunikacji wizerunkowej: werbalne i niewerbalne. Image i wizualność.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): rolę mediów (zwłaszcza komunikacji wizerunkowej) w kształtowaniu życia społecznego i kultury oraz głównych kierunków rozwoju współczesnych medialnych narzędzi komunikacji wizerunkowej: rozwoju komunikacji wizerunkowej w Polsce i na świecie; zależności pomiędzy komunikacją wizerunkową a innymi systemami medialnymi; różnice pomiędzy funkcjami poszczególnych mediów oraz wykrywanie złożonych zależności między nimi.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje na temat komunikacji wizerunkowej ze źródeł pisanych i elektronicznych; integrować wiedzę z różnych dyscyplin humanistycznych oraz jej zastosowanie w typowych sytuacjach profesjonalnych; tworzyć teksty komunikacji wizerunkowej; zastosować najnowsze narzędzia i platformy komunikacji wizerunkowej; tworzyć strategie argumentacyjne; prezentować własne pomysły.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism, portali internetowych; inspirowania innych do uczenia i działania; uznania samokształcenia za standard oraz kompetencję niezbędną na rynku pracy; przedsiębiorczości i zaangażowania w projekty społeczne.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. A. 13. Diagnostyka komunikacji

Cel kształcenia: nabycie umiejętności identyfikacji procesów komunikacyjnych w złożonych sieciach interakcji. Zdobycie kompetencji związanych z diagnostyką, projektowaniem i optymalizacją struktur, sytuacji i procesów komunikacyjnych.

Treści merytoryczne: komunikacja – definicje, funkcje; Co to jest problem badawczy? Co to są badania empiryczne? System społeczny a subsystemy funkcyjne; Jak przebiegają procesy komunikacyjne?; Sieci interakcji w przedsiębiorstwach i organizacjach – budowa, cele, relacje; Empiryczne metody badania komunikacji – metody badawcze; Badania ilościowe a badania jakościowe; Projektowanie badań - diagnoza i identyfikacja potrzeb badawczych; Grupowy projekt badawczy; Projektowanie i realizacja komunikacji na linii firma/instytucja - media, firma/instytucja-klient/publiczność; Optymalizacja procesów komunikacyjnych wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): funkcje i znaczenie środków językowych w reklamie, nadawcy i odbiorcy komunikatu reklamowego oraz podstawową terminologię z zakresu wiedzy o reklamie, perswazji i manipulacji; relacje między reklamą a takimi dyscyplinami naukowymi, jak marketing, sztuka; instytucje kultury i orientację we współczesnym życiu artystycznym.

Umiejętności (potrafi): tworzyć i realizować własne koncepcje artystyczne oraz je wyrażać; współpracować z innymi osobami i instytucjami w celu tworzenia projektów artystycznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): poszerzać swój warsztat naukowy: podejmuje się udziału w publicznych działaniach związanych ze sztuką oraz promocją i reklamą.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne

IV. B. 1. Podcast w teorii i praktyce

Cel kształcenia: zapoznanie ze zjawiskiem podcastingu w teorii i praktyce, w wymiarze polskim i międzynarodowym.

Treści merytoryczne: główne tendencje w rozwoju podcastingu w Polsce i na świecie. Najbardziej popularne produkcje i ich twórcy a także platformy dystrybucji. Zasady tworzenia podcastów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): typy podcastów, podstawowe zasady montażu materiałów radiowych, terminologię dziennikarską oraz metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania informacji, właściwe dla praktyki dziennikarskiej w kontekście podcastingu. Rozumie normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) rządzące mediami i je stosuje.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się programem do montażu dźwięku, pracować na kilku ścieżkach dźwiękowych, obsługiwać sprzęt do nagrywania i mikrofon, zapewnić poprawność techniczną przygotowywanych materiałów dźwiękowych (dobrą ogólną jakość dźwięku, brak błędów montażowych); potrafi wypromować nagranie i udostępnić je na platformie dystrybucji dźwięków. Identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza; współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pozyskania rozmówcy do przygotowywanych podcastów oraz uzyskania od tej osoby interesujących z punktu widzenia dziennikarskiego wypowiedzi; ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 2. Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube

Cel kształcenia: zapoznanie z kwestiami aksjologicznymi, dotyczącymi zawartości treściowej kanałów kreowanych w serwisie YouTube przez użytkowników polskojęzycznych.

Treści merytoryczne: metodologiczne uwarunkowania analizy zawartości na materiale audiowizualnych polskich treści YouTube; polska aksjosfera YouTube'a: idee, wartości, wartościowanie i ocenianie - na przykładzie wybranych kanałów tematycznych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe orientacje aksjologiczne w serwisie YouTube.

Umiejętności (potrafi): dostrzegać przejawy wartościowania i oceniania w przekazach youtuberów; rozróżniać wartości manifestowanych przez użytkowników YouTube'a; diagnozować przejawów perswazji, manipulacji, jak również postaw narcystycznych w komunikacji społecznej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): do profesjonalnego wykorzystania kanałów polskich youtuberów jako potencjalnego źródła inspiracji w praktyce dziennikarskiej lub PR-owskiej.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. B. 3. Warsztaty informacyjne

Cel kształcenia: zaznajomienie ze specyfiką informacji umieszczanych w każdym typie przekazu. Wykształcenie w zakresie rozszerzonym umiejętności przygotowania informacji audio i audiowizualnych.

Treści merytoryczne: Budowa i zasady tworzenia serwisów informacyjnych. Konspekt, zdjęcia, nagranie i montaż fotocastu. Blok informacyjny. Przegląd prasy. Wywiad informacyjny.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię dziennikarską oraz pojęcia z zakresu współczesnych zjawisk na rynku informacji; rolę mediów i języka polskiego w kształtowaniu życia społecznego i kulturalnego; zasady komunikacji wizualnej lub audiowizualnej; warsztat pracy dziennikarza zatrudnionego w prasie, radiu, telewizji, portalach internetowych; zasady tworzenia materiałów dziennikarskich do różnego typu mediów.

Umiejętności (potrafi): wskazać różnice pomiędzy informacjami publikowanymi w różnych typach mediów; wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, źródeł historycznych, czasopism branżowych oraz portali internetowych; inspirowania innych do uczenia i działania. Jest gotów dostrzec rolę mediów we współczesnym świecie i poddać ich świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 4. Wybitne postaci radia i telewizji

Cel kształcenia: zapoznanie się z ważnymi postaciami tworzącymi historię radia i telewizji w Polsce.

Treści merytoryczne: przedstawienie wybitnych postaci polskiego radia i telewizji - ich biografii, dorobku medialnego oraz wkładu w historię i rozwój mediów w Polsce. Prezentowanie sylwetek nie tylko wybitnych dziennikarzy, ale także znanych prezenterów, reportażystów i korespondentów. Przedmiotem analizy jest biografia i dorobek osób, które nie tylko były/są twórcami mediów w naszym kraju, ale także wpływały/wpływają na życie społeczno-kulturalne i kształtowały/kształtują opinię publiczną w Polsce w XX i na początku XXI wieku.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ważne postaci radia i telewizji w Polsce.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, analizować i interpretować informacje.

Kompetencje społeczne (jest gotów): prezentować wyniki swojej pracy w grupie, dyskutować, zadawać pytania i odpowiadać na nie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 5. Warsztat operatora kamery

Cel kształcenia: zapoznanie z warsztatem operatora kamery w kontekście pracy dziennikarza telewizyjnego.

Treści merytoryczne: budowa, funkcja i działanie kamery telewizyjnej oraz mikrofonu. Charakterystyka planu zdjęciowego, kompozycje kadru, rodzaje ruchów kamerą. Niestandardowe sytuacje w pracy operatora. Nagrywanie setek i stand upów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): poszczególne elementy budowy kamery, zna i rozróżnia poszczególne plany telewizyjne, zasady pracy z kamerą, mikrofonem oraz zasady kompozycji kadrów.

Umiejętności (potrafi): obsługiwać kamerę i mikrofon, dopasować plan, kadr i oświetlenie do nagrywanej tematyki, nagrać setkę i stand upa oraz zdjęcia i przebitki.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnej pracy z kamerą telewizyjną; stałego dokształcania się i doskonalenia umiejętności; współdziałania w grupie przyjmując w niej różne role; wdrażania się w różne aspekty związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 6. Zarządzanie wizerunkiem w przestrzeni medialnej

Cel kształcenia: zdobycie wiedzy w zakresie budowania strategii komunikacyjnych, w szczególności wizerunkowych w przestrzeni medialnej. Przedstawienie roli mediów w kreowaniu wizerunku oraz zasad zarządzania wizerunkiem.

Treści merytoryczne: Kształtowanie wizerunku w mediach; Zarządzanie wizerunkiem; Przestrzeń medialna i ich wpływ na kreowanie wizerunku osób i instytucji; Elementy PR w mediach; Komunikacja wizerunkowa; Komunikacja werbalna i niewerbalna; Budowanie profesjonalnego wizerunku; Zarządzanie przestrzenią informacyjną; Zarządzanie przestrzenią reklamową; Funkcja kreacyjna mediów a zarządzanie wizerunkiem

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe metody badawcze i strategie argumentacyjne właściwe dla komunikacji społecznej; metody wyszukiwania, analizowania, selekcjonowania informacji medialnych.

Umiejętności (potrafi): samodzielnie zdobywać wiedzę; wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informacje z różnych źródeł; pracować w zespole pełniąc różne role; posiada elementarne umiejętności organizacyjne pozwalające zapanować nad działaniami profesjonalnymi.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia wiedzy i umiejętności, zwłaszcza przez lekturę literatury, czasopism, portali internetowych; do podjęcia współpracy w grupie. Jest otwarty na nowe idee i gotów do zmian stanowiska w aspekcie dostępnych argumentów.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 7. Laboratorium telewizyjne

Cel kształcenia: poznanie warsztatu i sposobu pracy dziennikarza telewizyjnego.

Treści merytoryczne: warunki pracy dziennikarza w praktyce. Przygotowywanie różnorodnych materiałów dziennikarskich. Nagrywanie i montaż materiałów telewizyjnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady prawne, organizacyjne, moralne i etyczne w mediach; informacyjne i publicystyczne gatunki telewizyjne; podstawowe zasady montażu materiałów telewizyjnych; terminologię dziennikarską; metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania informacji, właściwe dla praktyki dziennikarskiej.

Umiejętności (potrafi): sprawnie posługiwać się programem do montażu audio-wizualnego; pisać teksty dziennikarskie i umiejetnie je naczać; nagrać relację reporterską i zdjęcia niezbędne do przygotowania materiału telewizyjnego; przygotować materiały poprawne pod względem warsztatowym; współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego doksztalcania się i doskonalenia swoich umiejętności. Identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 8. Laboratorium radiowe

Cel kształcenia: poznanie warsztatu dziennikarstwa radiowego w praktyce.

Treści merytoryczne: warunki pracy dziennikarza-publicysty w praktyce. Przygotowywanie materiałów radiowych. Ćwiczenia dykcji. Nagrywanie i emisja najlepszych materiałów w rozgłośniach radiowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): publicystyczne gatunki radiowe; podstawowe zasady montażu publicystycznych materiałów radiowych; terminologię dziennikarską; metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania informacji, właściwe dla praktyki dziennikarskiej; normy i reguły (prawne, organizacyjne, moralne, etyczne) rządzące światem mediów.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się programem do montażu dźwięku, pracować na kilku ścieżkach dźwiękowych; obsługiwać sprzęt do nagrywania i mikrofon; przygotować podstawowe w radiu formy dźwiękowe takie jak paszczodźwięk; tworzyć teksty publicystyczne z przeznaczeniem do czytania w radiu.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współdziałania w grupie, przyjmując w niej różne role; przygotowywania materiałów radiowych o jakości emisyjnej; ciągłego doksztalcania się i doskonalenia swoich umiejętności; identyfikacji i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 9. Research i agenda setting w dziennikarstwie telewizyjnym

Cel kształcenia: zapoznanie ze sposobami wyszukiwania informacji, ich selekcji oraz wpływem mediów na postrzeganie otaczającej nas rzeczywistości.

Treści merytoryczne: gromadzenie informacji, porządkowanie ich i selekcja. Zależności pomiędzy poszczególnymi faktami. Pojęcie „czystej informacji” i jej funkcjonowanie w praktyce. Wyznaczniki rangi informacji w mediach. Tworzenie i analiza własnych programów informacyjnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcia research i agenda setting; kluczową rolę mediów w postrzeganiu zjawisk i wydarzeń na świecie; zasady przygotowywania i selekcji informacji oraz realizacji materiałów telewizyjnych; normy etyczno-prawne rządzące światem mediów.

Umiejętności (potrafi): gromadzić i selekcjonować informacje; analizować wybrane treści programów informacyjnych; złożyć wydanie programu informacyjnego i znaleźć zależność pomiędzy jego poszczególnymi treściami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego dokumentowania i selekcjonowania przygotowywanych materiałów dziennikarskich; stałego doksztalcania się i doskonalenia swoich umiejętności; współdziałania w grupie przyjmując w niej różne role.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

IV. B. 10. Historia Teatru Radia i Telewizji

Cel kształcenia: zapoznanie się z historią powstania materiałów audialnych i audiowizualnych, opis specyfiki tworzywa radiowego i warsztatu audialnego. Poznanie historii narodzin Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji, omówienie różnorodnych form gatunkowych oraz wybitnych twórców teatralnej sztuki audialnej i audiowizualnej.

Treści merytoryczne: historia powstania Teatru Polskiego Radia i Teatru Telewizji; wydarzenia cenzuralne w historii tej formy wypowiedzi teatralnej; terminologia języka teatru radia i telewizji; podstawowe gatunki wypowiedzi i ich transformacje; wybitni twórcy sceny radiowej i telewizyjnej
Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): teorię i reguły warsztatowe z zakresu form teatralnych prezentowanych w radiu i telewizji; rozumienie historycznej ewolucji form teatralnych.

Umiejętności (potrafi): posługiwanie się terminologią z zakresu genologii radiowej i telewizyjnej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego wyrażania opinii i polemiki z innymi poglądami, do pracy w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. B. 11. Film i serial w telewizji

Cel kształcenia: zapoznanie ze specyfiką medium telewizyjnego jako kanału upowszechniania kultury, wpływem jego cech na modyfikowanie emitowanych treści oraz charakter odbioru prezentowanych za jego pośrednictwem dzieł. Ukazanie immanentnych perswazyjnych cech samego medium; opis zależności między strumieniami informacyjnymi a narracjami telewizyjnymi.

Treści merytoryczne: wpływ medium telewizyjnego na prezentowane za jego pośrednictwem narracje audiowizualne, zwłaszcza na film i serial telewizyjny, modele telewizyjnej narracji oraz modele jej odbioru, strategie komunikacyjne współczesnej telewizji. Elementy historii i teorii tych form podawczych. Filmu i serial w telewizji w różnych paradygmatach poznawczych: socjologii mediów, filozofii mediów, socjologii kultury i filozofii kultury.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): funkcjonowanie mediów, w tym na temat wpływu danego medium na umieszczane w nim treści oraz ich powiązania z życiem społecznym, terminologię medioznawczą na poziomie rozszerzonym;

Umiejętności (potrafi): zdobywać i poszerzać wiedzę na temat funkcjonowania narracji audiowizualnych w telewizji z różnych źródeł, które analizuje, poddaje krytycznej ocenie i formułuje w oparciu o nie własne sądy; dzięki znajomości specyfiki medium telewizyjnego, potrafi wskazać różnice między nim a innymi mediami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dokształcania się oraz dbania o własny rozwój kulturalny; jest gotów do poddawania świadomej diagnozie współczesne telewizyjne medium

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

IV. B. 12. Future jako gatunek radiowy

Cel kształcenia: przedstawienie znaczenia codziennego reportażu i rangi literackiego reportażu radiowego, jako wyjątkowej formy narracji, pokazującej w sposób ponadczasowy najważniejsze problemy, zjawiska, wydarzenia współczesnego świata.

Treści merytoryczne: praktyczne aspekty pracy reportażysty i reportera radiowego. Praca z edytorem dźwięku. Przygotowywanie reportażu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pracę reportażysty i reportera radiowego, a także znaczenie reportażu radiowego; gatunek i jego cechy oraz zasady edycji dźwięku; zasady budowy reportażu radiowego i umie rozróżnić gatunki reportażu.

Umiejętności (potrafi): sprawnie posługiwać się programem do montażu dźwięku, pracować na kilku ścieżkach dźwiękowych; obsługiwać sprzęt do nagrywania i mikrofon; analizować treść i elementy kompozycji utworu; w sposób zwięzły i zrozumiały oraz zgodny z polską normą językową wypowiadać się; znaleźć rozmówcę do przygotowywanych materiałów radiowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzeżenia znaczenia reportażu we współczesnym świecie i poddania wybranych materiałów świadomej diagnozie, obserwacji świata i analizy zjawisk; ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności; identyfikacji i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

V. PRAKTYKA

Praktyka zawodowa

Cel kształcenia: wypracowanie podstawowych umiejętności niezbędnych do pracy w instytucjach medialnych, instytucjach związanych z szeroko pojętą komunikacją społeczną w tym w biurach rzeczników prasowych, agencjach reklamowych, agencjach Public Relations. Kształtowanie odpowiedniego i odpowiedzialnego stosunku do zawodu i obowiązków z nim związanych. Wyposażenie w kompetencje społeczne związane z wykonywanym zawodem i uświadomienie potrzeby ciągłego doskonalenia się i podnoszenia kwalifikacji.

Treści merytoryczne: zapoznanie z organizacją pracy w miejscu odbywania praktyki ze szczególnym uwzględnieniem regulaminu zakładowego. Omówienie podstawowych aktów prawnych: Kodeksu Pracy, Rozporządzenia o Ochronie Danych Osobowych o Ochronie tajemnicy służbowej, przepisami przeciwpożarowymi i zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ogólne zasady funkcjonowania instytucji, w której odbywa praktykę; przepisy z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz przepisy przeciwpożarowe. Ma wiedzę o ekonomicznych aspektach funkcjonowania instytucji medialnych, reklamowych i Public Relations itp. Rozumie relacje zachodzące pomiędzy rynkiem a zachowaniami społecznymi oraz zjawiskami kulturowymi.

Umiejętności (potrafi): formułować własne rozwiązania sytuacji problemowych i zawodowych w praktyce. Na płaszczyźnie zawodowej skutecznie komunikuje się z przedstawicielami innych dyscyplin i profesji. Samodzielnie i zespołowo inicjuje projekty, planuje i podejmuje ich realizację.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia zdobytej wiedzy i umiejętności; działania w sposób kreatywny; uczenia się przez całe życie; współdziałać i pracować w grupie.

Forma prowadzenia zajęć: praktyka

VI. INNE

VI.1 Etykieta

Cel kształcenia: zapoznanie z wybranymi zagadnieniami dotyczącymi zasad savoir-vivre'u.

Treści merytoryczne: podstawowe zagadnienia dotyczące zasad savoir-vivre'u w życiu codziennym (zwroty grzecznościowe, powitania, rozmowa przez telefon, podstawowe zasady etykiety oraz precedencji w miejscach publicznych). Etykieta uniwersytecka (precedencja, tytułowanie, zasady korespondencji). Etykieta biznesowa (dostosowanie ubioru do okoliczności, zasady przedstawiania, przygotowanie się do rozmowy kwalifikacyjnej).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zasady rządzące interpersonalnymi relacjami w życiu prywatnym oraz w relacjach zawodowych.

Umiejętności (potrafi): stosować zasady etykiety i kurtuazji w życiu społecznym i zawodowym.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uznania znaczenia zasad etykiety w relacjach interpersonalnych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI.2 Szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy

Cel kształcenia: przekazanie podstawowych wiadomości na temat ogólnych zasad postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń, okoliczności i przyczyn wypadków studentów, zasad udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku, jak również wskazanie potencjalnych zagrożeń, z jakimi mogą zetknąć się studenci.

Treści merytoryczne: obejmuje obowiązujące regulacje prawne w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy. Identyfikacja, analiza i ocena zagrożeń dla życia i zdrowia na poszczególnych kierunkach studiów (czynniki niebezpieczne, szkodliwe i uciążliwe). Analiza okoliczności i przyczyn wypadków studentów: omówienie przyczyn wypadków. Ogólne zasady postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń (np. pożaru). Zasady udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku - apteczka pierwszej pomocy. Dostosowanie treści szkoleń do profilu danego kierunku studiów jest bardzo ważne, gdyż chodzi o wskazanie potencjalnych zagrożeń, z jakimi mogą zetknąć się studenci.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ogólne zasady postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń; okoliczności i przyczyn wypadków studentów; zasady udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku.

Umiejętności (potrafi): postępować z materiałami niebezpiecznymi i szkodliwymi dla zdrowia; realizować zasady bezpieczeństwa związane z pracą; posługiwać się środkami ochrony indywidualnej i środkami ratunkowymi, w tym udzielać pierwszej pomocy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): zachowania się w sposób profesjonalny i etyczny.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI. 3 Ergonomia

Cel kształcenia: przybliżenie podstawowych zagadnień związanych z ergonomią rozumianą w sensie interdyscyplinarnym, uświadomienie zagrożeń i problemów (także zdrowotnych) związanych z niewłaściwymi rozwiązaniami ergonomicznymi na stanowiskach pracy zawodowej oraz w życiu pozazawodowym a także korzyści wynikających z prawidłowych działań w tym zakresie.

Treści merytoryczne: ergonomia – podstawowe pojęcia i definicje. Ergonomia jako nauka interdyscyplinarna. Główne nurty w ergonomii: ergonomia stanowiska pracy (wysiłek fizyczny na stanowisku pracy, wysiłek psychiczny na stanowisku pracy, dostosowanie antropometryczne stanowiska pracy, materialne środowisko pracy), ergonomia produktu – inżynieria ergonomicznej jakości, ergonomia dla osób starszych i niepełnosprawnych. Ergonomia pracy stojącej i siedzącej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe pojęcia związane z ergonomią, ze szczególnym uwzględnieniem ergonomii stanowiska pracy.

Umiejętności (potrafi): oceniać (w zakresie podstawowym) warunki w pracy zawodowej oraz podczas aktywności pozazawodowej ze względu na problemy ergonomiczne i zagrożenia z tym związane.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przejawiania postawy antropocentrycznej w stosunku do warunków pracy i życia codziennego; realizowania postawy wrażliwości na potrzeby osób niepełnosprawnych (w kontekście ergonomicznym).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI. 4 Ochrona własności intelektualnej

Cel kształcenia: zapoznanie z elementarnymi zasadami, pojęciami oraz procedurami prawa ochrony własności intelektualnej.

Treści merytoryczne: pojęcie własności intelektualnej. Przedmiot prawa własności intelektualnej. Podmioty prawa własności intelektualnej. Treść prawa własności intelektualnej – prawa autorskie i pokrewne. Ograniczenia praw autorskich. Licencje ustawowe i umowne. Dozwolony użytek osobisty i publiczny utworów. Naruszenia praw autorskich (plagiat i piractwo intelektualne). Regulacje szczególne w zakresie prawa autorskiego – ochrona programów komputerowych i baz danych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ustawowy aparat pojęciowy związany z ochroną prawną własności intelektualnej; pola eksploatacji utworów i tryby ich użytku.

Umiejętności (potrafi): identyfikować oraz implementować dozwolone pola eksploatacji utworów w toku analizy krytycznej oraz działalności naukowej w środowisku akademickim.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): świadomego korzystania z ustawowych pól eksploatacji utworów w środowisku akademickim oraz życiu prywatnym (np. środowisku sieciowym).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

PLAN STUDIÓW
KIERUNKU DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA
W ZAKRESIE: KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA

Obowiązuje od cyklu: 2020 Z

Poziom studiów: studia drugiego stopnia

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Liczba semestrów: 4

Dziedzina/y nauki/dyscyplina/y naukowe: dziedzina nauk społecznych / dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach,
dziedzina nauk humanistycznych/dyscyplina: historia

Rok studiów: 1, **semestr:** 1

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Język obcy – warsztat specjalistyczny I	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Wykład monograficzny*	I	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				1,20	x	x	60	30	30		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
II – PODSTAWOWYCH												
1	Psychologia społeczna	I	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0

2	Współczesne normy gramatyczne	I	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
3	Główne nurty kultury polskiej i światowej XX i XXI wieku	I	4	1,20	egz.	o	45	30	15	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	1,20	x	x	105	90	15	12	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				1,20	x	x	105	90	15		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa I	I	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Przedmiot do wyboru**	I	2,5	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
3	Polska publicystyka polityczna	I	2,5	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Metody i techniki badania rynku mediów	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Publicystyka społeczno-kulturalna	I	2,5	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
6	Produkcja internetowych treści video	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			16,5	6,00	x	x	180	30	150	12	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				6,00	x	x	180	30	150		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			7,5	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
VI – INNE												
1	Szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	I	0,5	0,00	zal.	o	4	4	0	0	0	0
2	Ochrona własności intelektualnej	I	0,25	0,00	zal.	o	2	2	0	0	0	0
3	Ergonomia	I	0,25	0,00	zal.	o	2	2	0	0	0	0
4	Etykieta	I	0,5	0,00	zal.	o	4	4	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			1,5	0,00	x	x	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	12	12	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 1			30	8,40	x	x	357	162	195	28	0	0

*Wykład monograficzny do wyboru: Polska felietonistyka współczesna/ Reportaż i dokument radiowy. Zapis doświadczenia i pamięci

** Przedmiot do wyboru: Dziennikarstwo a literatura faktu/ Nowa stylistyka radiowa w dobie konwergencji

Rok studiów: 1, semestr: 2

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Język obcy – warsztat specjalistyczny II	II	2	1,20	zal.oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Technologie informacyjne w humanistyce i naukach społecznych	II	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	1	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	2,20	x	x	60	0	60	3	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				2,20	x	x	60	0	60		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	2,20	x	x	0	0	0	3	0	0
II – PODSTAWOWYCH												
1	Metody badań medioznawczych	II	1,5	0,00	egz.	o	15	15	0	4	0	0
2	Przedmiot do wyboru*	II	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			3,5	0,00	x	x	45	45	0	6	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	45	45	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa II	II	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Media lifestylowe w Polsce i na świecie	II	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
3	Dyskurs medialny	II	2	1,20	zal. oc.	o	45	30	15	2	0	0
4	Warsztat reportera radiowego	II	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Warsztat reportera telewizyjnego	II	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
6	Media audialne w Polsce	II	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0

Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		14,5	5,20	x	x	180	60	120	14	0	0	
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			5,20	x	x	180	60	120		0	0	
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		5	1,20	x	x	30	0	30	2	0	0	
IV- ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	PR korporacyjny	II	2	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
2	Gatunki wypowiedzi w PR	II	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Przedmiot do wyboru**	II	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
4	Podstawy komunikacji wizerunkowej	II	2	0,00	zal.oc.	o	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	1,20	x	x	120	90	30	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd (zaj. praktyczne)				1,20	x	x	120	90	30		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. (przedm. fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 2			30	8,60	x	x	405	195	210	31	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na 1 roku studiów			60	17	x	x	762	357	405	59	0	0

*Przedmiot do wyboru: Stosunki międzynarodowe/ Komunikacja menedżerska w przestrzeni międzynarodowej

**Przedmiot do wyboru: Prawo mediów w komunikacji wizerunkowej/ Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube

Rok studiów: 2, semestr: 3

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
II – PODSTAWOWYCH												
1	Społeczne i kulturowe oddziaływanie języka mediów	III	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Przedmiot do wyboru*	III	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	0,00	x	x	60	60	0	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	60	60	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0

III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa III	III	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Historia mediów: polityka, kultura, ludzie	III	1,5	0,00	zal. oc.	o	15	15	0	2	0	0
3	Film polski – tradycja i współczesność	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
4	Przedmiot do wyboru**	III	1,5	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
5	Pragmatyka językowa	III	1,5	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
6	Gatunki publicystyczne w praktyce	III	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
7	Dziennikarstwo śledcze	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
8	Kreowanie fabuł audiowizualnych	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
9	Przedmiot do wyboru***	III	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			18	3,00	x	x	225	135	90	20	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				3,00	x	x	225	135	90		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			8,5	1,20	x	x	90	60	30	6	0	0
IV – ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	Lobbing i PR	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Strategie komunikacyjne w biznesie	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Kryzysowe Public Relations	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Etykieta komunikacyjna i wizerunkowa w pracy dziennikarza	III	2	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	3,60	x	x	120	30	90	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				3,60	x	x	120	30	90		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 3			30	6,60	x	x	405	225	180	36	0	0

*Przedmiot do wyboru: Historia integracji europejskiej/ Selected aspects of culture of English-speaking countries

**Przedmiot do wyboru: Opinia publiczna/ Wideo online a kultura partycypacji

*** Przedmiot do wyboru: Estetyka mediów audiowizualnych/ Fundusze europejskie w praktyce dziennikarskiej

Rok studiów: 2, semestr: 4

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa IV	IV	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
3	Przedmiot do wyboru*	IV	3	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
4	Prawo prasowe	IV	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
5	Sztuka negocjowania	IV	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
6	Komunikowanie międzykulturowe i międzynarodowe	IV	2	0,60	egz.	o	30	15	15	4	0	0
7	Organizacja i zarządzanie mediami	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			16	4,00	x	x	180	75	105	16	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				4,00	x	x	180	75	105		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			8	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
IV – ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	Retoryka reklamy	IV	2	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
2	Diagnostyka komunikacji	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Branding	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Narzędzia komunikacji wizerunkowej	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	3,60	x	x	120	30	90	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zaj. Praktyczne)				3,60	x	x	120	30	90		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedm. Fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0

V - PRAKTYKA												
1	Praktyka zawodowa	IV	6	0,00	zal.	f	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			6	0,00	x	x	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	0	0	2		160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			6	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 4			30	7,60	x	x	300	105	195	26	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na 2 roku studiów			60	14,20	x	x	705	330	375	62	160	0

* Przedmiot do wyboru: Reportaż polski w XXI w./ Growth hacking

Tabela podsumowująca plan

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
				ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Liczba punktów ECTS / godz. dyd. w planie studiów		120	31,20	1467	687	780	121	160	0
Grupa treści									
I - WYMAGANIA OGÓLNE									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		8	3,4	120	30	90	7	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			3,4	120	30	90	7	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		2	0	30	30	0	2	0	0
II – PODSTAWOWYCH									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		15,5	1,20	210	195	15	26	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			1,20	210	195	15	26	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		4	0	30	30	0	2	0	0
III – KIERUNKOWYCH									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		65	18,20	765	300	465	62	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			18,20	765	300	465	62	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		29	4,80	240	120	120	16	0	0

IV - ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	24	8,40	360	150	210	24	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		8,40	360	150	210	24	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	2	1,2	30	30	0	2	0	0
V – PRAKTYKA								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	6	0,00	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		0,00	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	6	0,00	0	0	0	0	0	0
VI – INNE								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	1,5	0,00	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		0,00	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	0	0,00	0	0	0	0	0	0

Lp.	Punkty ECTS sumaryczne wskaźniki ilościowe, w tym zajęcia:	Punkty ECTS	
		Liczba	%
Ogółem - plan studiów		120	100
1	wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	63,52	52,93
2	z zakresu nauk podstawowych	15,5	12,92
3	o charakterze praktycznym (laboratoryjne, projektowe, warsztatowe)	31,2	26,0
4	ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku	3,5	2,92
5	zajęcia do wyboru - co najmniej 30% punktów ECTS	43	35,83
6	wymiar praktyk	6	5,00
7	zajęcia z wychowania fizycznego	---	---
8	zajęcia z języka obcego	4	3,33
9	przedmioty z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	116,5	97,08
10	zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (dotyczy profilu praktycznego)	---	---
11	zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/ach, do których przyporządkowano kierunek studiów (dotyczy profilu ogólnoakademickiego)	89	74,16

II	Procentowy udział pkt ECTS dla każdej z dyscyplin naukowych w łącznej liczbie punktów ECTS	%
1	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	97
2	Historia	3
Ogółem:		100%

Wykaz grup przedmiotów
Przedmiot do wyboru
Dziennikarstwo a literatura faktu
Nowa stylistyka radiowa w dobie konwergencji
Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube
Prawo mediów w komunikacji wizerunkowej
Growth hacking
Historia integracji europejskiej
Fundusze europejskie w praktyce dziennikarskiej
Estetyka mediów audiowizualnych
Wideo online a kultura partycypacji
Stosunki międzynarodowe
Komunikacja menedżerska w przestrzeni międzynarodowej
Selected aspects of culture of English-speaking countries
Opinia publiczna
Reportaż polski w XXI w.
Wykład monograficzny
Polska felietonistyka współczesna
Reportaż i dokument radiowy. Zapis doświadczenia i pamięci

PLAN STUDIÓW
KIERUNKU DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA
W ZAKRESIE: DZIENNIKARSTWO RADIOWO - TELEWIZYJNE

Obowiązuje od cyklu: 2020 Z

Poziom studiów: studia drugiego stopnia

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Liczba semestrów: 4

Dziedzina/y nauki/dyscyplina/y naukowe: dziedzina nauk społecznych / dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach,
dziedzina nauk humanistycznych/dyscyplina: historia

Rok studiów: 1, semestr: 1

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Język obcy – warsztat specjalistyczny I	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Wykład monograficzny*	I	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				1,20	x	x	60	30	30		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
II – PODSTAWOWYCH												

1	Psychologia społeczna	I	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Współczesne normy gramatyczne	I	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
3	Główne nurty kultury polskiej i światowej XX i XXI wieku	I	4	1,20	egz.	o	45	30	15	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	1,20	x	x	105	90	15	12	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				1,20	x	x	105	90	15		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa I	I	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Przedmiot do wyboru**	I	2,5	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
3	Polska publicystyka polityczna	I	2,5	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Metody i techniki badania rynku mediów	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Publicystyka społeczno-kulturalna	I	2,5	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
6	Produkcja internetowych treści video	I	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			16,5	6,00	x	x	180	30	150	12	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				6,00	x	x	180	30	150		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			7,5	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
VI – INNE												
1	Szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	I	0,5	0,00	zal.	o	4	4	0	0	0	0
2	Ochrona własności intelektualnej	I	0,25	0,00	zal.	o	2	2	0	0	0	0
3	Ergonomia	I	0,25	0,00	zal.	o	2	2	0	0	0	0
4	Etykieta	I	0,5	0,00	zal.	o	4	4	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			1,5	0,00	x	x	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	12	12	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 1			30	8,40	x	x	357	162	195	28	0	0

*Wykład monograficzny do wyboru: Polska felietonistyka współczesna/ Reportaż i dokument radiowy. Zapis doświadczenia i pamięci

** Przedmiot do wyboru: Dziennikarstwo a literatura faktu/ Nowa stylistyka radiowa w dobie konwergencji

Rok studiów: 1, semestr: 2

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Język obcy – warsztat specjalistyczny II	II	2	1,20	zal.oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Technologie informacyjne w humanistyce i naukach społecznych	II	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	1	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	2,20	x	x	60	0	60	3	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				2,20	x	x	60	0	60		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0,00	x	x	0	0	0	3	0	0
II – PODSTAWOWYCH												
1	Metody badań medioznawczych	II	1,5	0,00	egz.	o	15	15	0	4	0	0
2	Przedmiot do wyboru*	II	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			3,5	0,00	x	x	45	45	0	6	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	45	45	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa II	II	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Media lifestylowe w Polsce i na świecie	II	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
3	Dyskurs medialny	II	2	1,20	zal. oc.	o	45	30	15	2	0	0
4	Warsztat reportera radiowego	II	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Warsztat reportera telewizyjnego	II	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0

6	Media audialne w Polsce	II	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			14,5	5,20	x	x	180	60	120	14	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				5,20	x	x	180	60	120		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			5	1,20	x	x	30	0	30	2	0	0
IV- ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	Podcast w teorii i praktyce	II	2	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
2	Warsztaty informacyjne	II	3	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Przedmiot do wyboru**	II	3	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	1,80	x	x	75	30	45	6	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zaj. praktyczne)				1,80	x	x	75	30	45		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. (przedm. fakultatywne)			3	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 2			30	9,20	x	x	360	135	225	29	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na 1 roku studiów			60	17,60	x	x	717	267	450	57	0	0

*Przedmiot do wyboru: Stosunki międzynarodowe/ Komunikacja menedżerska w przestrzeni międzynarodowej

**Przedmiot do wyboru: Historia Teatru Radia i Telewizji / Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube

Rok studiów: 2, semestr: 3

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
II - PODSTAWOWYCH												
1	Społeczne i kulturowe oddziaływanie języka mediów	III	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Przedmiot do wyboru*	III	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	0,00	x	x	60	60	0	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				0,00	x	x	60	60	0		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0,00	x	x	30	30	0	2	0	0

III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa III	III	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Historia mediów: polityka, kultura, ludzie	III	1,5	0,00	zal. oc.	o	15	15	0	2	0	0
3	Film polski – tradycja i współczesność	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
4	Przedmiot do wyboru**	III	1,5	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
5	Pragmatyka językowa	III	1,5	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
6	Gatunki publicystyczne w praktyce	III	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
7	Dziennikarstwo śledcze	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
8	Kreowanie fabuł audiowizualnych	III	1,5	0,60	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
9	Przedmiot do wyboru***	III	2	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			18	3,00	x	x	225	135	90	20	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				3,00	x	x	225	135	90		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			8,5	1,20	x	x	90	60	30	6	0	0
IV – ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	Warsztat operatora kamery	III	2	1,20	zal. o.	o	30	0	30	2	0	0
2	Zarządzanie wizerunkiem w przestrzeni medialnej	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Laboratorium telewizyjne	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Laboratorium radiowe	III	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	4,80	x	x	120	0	120	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				4,80	x	x	120	0	120		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 3			30	7,80	x	x	405	195	210	36	0	0

*Przedmiot do wyboru: Historia integracji europejskiej/ Selected aspects of culture of English-speaking countries

** Przedmiot do wyboru: Opinia publiczna/ Wideo online a kultura partycypacji

***Przedmiot do wyboru: Estetyka mediów audiowizualnych/ Fundusze europejskie w praktyce dziennikarskiej

Rok studiów: 2, semestr: 4

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa IV	IV	5	1,20	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Przedmiot do wyboru*	IV	3	0,00	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
3	Prawo prasowe	IV	2	0,00	egz.	o	30	30	0	4	0	0
4	Sztuka negocjowania	IV	2	1,00	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Komunikowanie międzykulturowe i międzynarodowe	IV	2	0,60	egz.	o	30	15	15	4	0	0
6	Organizacja i zarządzanie mediami	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			16	4,00	x	x	180	75	105	16	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)				4,00	x	x	180	75	105		0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			8	1,20	x	x	60	30	30	4	0	0
IV – ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA												
1	Research i agenda setting w dziennikarstwie telewizyjnym	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
2	Wybitne postaci radia i telewizji	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Film i serial w telewizji	IV	2	0,00	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
4	Future jako gatunek radiowy	IV	2	1,20	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			8	3,60	x	x	120	30	90	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zaj. Praktyczne)				3,60	x	x	120	30	90		0	0

Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedm. Fakultatywne)	0	0	x	x	0	0	0	0	0	0	
V - PRAKTYKA											
1 Praktyka zawodowa	IV	6	0,00	zal.	f	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		6	0,00	x	x	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			0,00	x	x	0	0	2		160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		6	0,00	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 4		30	7,60	x	x	300	105	195	26	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na 2 roku studiów		60	15,40	x	x	705	300	405	62	160	0

*Przedmiot do wyboru: Reportaż polski w XXI w./ Growth hacking

Tabela podsumowująca plan

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
				ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Liczba punktów ECTS / godz. dyd. w planie studiów		120	33	1422	597	825	119	160	0
Grupa treści									
I - WYMAGANIA OGÓLNE									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		8	3,40	120	30	90	7	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			3,40	120	30	90	7	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		2	0,00	30	30	0	2	0	0
II – PODSTAWOWYCH									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		15,5	1,20	210	195	15	26	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			1,20	210	195	15	26	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		4	00,0	30	30	0	2	0	0
III – KIERUNKOWYCH									
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)		65	18,20	765	300	465	62	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			18,20	765	315	480	62	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)		29	4,80	240	120	120	16	0	0

IV - ZWIĄZANYCH Z ZAKRESEM KSZTAŁCENIA								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	24	10,20	315	60	255	22	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		10,20	315	60	255	22	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	3	3,60	30	0	30	2	0	0
V – PRAKTYKA								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	6	0,00	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		0,00	0	0	0	2	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	6	0,00	0	0	0	0	0	0
VI – INNE								
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)	1,5	0,00	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)		0,00	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)	0	0,00	0	0	0	0	0	0

Lp.	Punkty ECTS sumaryczne wskaźniki ilościowe, w tym zajęcia:	Punkty ECTS	
		Liczba	%
Ogółem - plan studiów		120	100
1	wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	61, 64	51,36
2	z zakresu nauk podstawowych	15,5	12,92
3	o charakterze praktycznym (laboratoryjne, projektowe, warsztatowe)	33	27,5
4	ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku	3,5	2,92
5	zajęcia do wyboru - co najmniej 30% punktów ECTS	44	36,66
6	wymiar praktyk	6	5,00
7	zajęcia z wychowania fizycznego	---	---
8	zajęcia z języka obcego	4	3,33
9	przedmioty z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	116,5	97,08
10	zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (dotyczy profilu praktycznego)	---	---
11	zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/ach, do których przyporządkowano kierunek studiów (dotyczy profilu ogólnoakademickiego)	89	74,16

II	Procentowy udział pkt ECTS dla każdej z dyscyplin naukowych w łącznej liczbie punktów ECTS	%
1	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	97
2	Historia	3
Ogółem:		100%

Wykaz grup przedmiotów
Przedmiot do wyboru
Dziennikarstwo a literatura faktu
Nowa stylistyka radiowa w dobie konwergencji
Aksjologia komunikacji polskich użytkowników serwisu YouTube
Historia Teatru Radia i Telewizji
Stosunki międzynarodowe
Komunikacja menedżerska w przestrzeni międzynarodowej
Growth hacking
Historia integracji europejskiej
Fundusze europejskie w praktyce dziennikarskiej
Estetyka mediów audiowizualnych
Wideo online a kultura partycypacji
Selected aspects of culture of English-speaking countries
Opinia publiczna
Reportaż polski w XXI w.
Wykład monograficzny
Polska felietonistyka współczesna
Reportaż i dokument radiowy. Zapis doświadczenia i pamięci