

WYDZIAŁ NAUK HUMANISTYCZNYCH I SPOŁECZNYCH
KARKONOSKA PAŃSTWOWA SZKOŁA WYŻSZA
w Jeleniej Górze

PROGRAM STUDIÓW
NA KIERUNKU **DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA**
STUDIA I STOPNIA

Jelenia Góra 2019

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PROWADZONYCH STUDIÓW

| | | |
|--|--|---|
| Nazwa kierunku: | Dziennikarstwo i komunikacja społeczna | |
| Poziom kształcenia: | studia pierwszego stopnia | |
| Profil kształcenia: | praktyczny | |
| Forma studiów: | stacjonarne | |
| Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta: | licencjat | |
| Przyporządkowanie do dziedzin i dyscyplin nauki | | |
| Dziedzina nauki | Dyscyplina naukowa | Procentowy udział dyscyplin, w którym zgodnie z programem studiów uzyskiwane są efekty uczenia się |
| dziedzina nauk społecznych | nauki o komunikacji społecznej i mediach | 59,8 |
| | nauki o polityce i administracji | 2,9 |
| | nauki o zarządzaniu i jakości | 11,8 |
| | nauki prawne | 5,9 |
| | nauki socjologiczne | 3,3 |
| | psychologia | 1,1 |
| dziedzina nauk humanistycznych | literaturoznawstwo | 4,4 |
| | językoznawstwo | 7,5 |
| | filozofia | 3,3 |

1. Wskazanie związku z misją uczelni i jej strategią rozwoju:

Zgodnie ze Statutem Karkonoskiej Państwowej Szkoły Wyższej podstawowymi kierunkami działalności są: kształcenie studentów oraz upowszechnianie i pomnażanie osiągnięć nauki, techniki i kultury.

Uczelnia dochowuje wierności tradycji i zwyczajom akademickim, czerpie z nich w sytuacjach nieuregulowanych prawnie, a swoje cele i zadania wypełnia z poszanowaniem ludzkiej godności.

Proces edukacyjny w KPSW jest organizowany z poszanowaniem zasady spójności kształcenia i badań naukowych oraz prawa studiujących do swobodnego rozwijania ich zamiłowań i indywidualnych uzdolnień.

KPSW jest uczelnią otwartą zarówno na najnowsze osiągnięcia naukowe i techniczne, jak i na zapotrzebowanie społeczne dotyczące usług edukacyjnych realizowanych w duchu służby na rzecz dobra wspólnego z uwzględnieniem szczególnych potrzeb edukacyjnych młodzieży niepełnosprawnej.

Do zadań edukacyjnych Wydziału, obok kształcenia studentów, należy również kształcenie ustawiczne prowadzone zarówno w formie studiów podyplomowych, kursów jak i w formie cyklicznych wykładów i seminariów popularyzujących najnowsze osiągnięcia nauki i techniki. Kształcenie kadry naukowej Wydział prowadzi poprzez systemy seminariów naukowych oraz różnorodne szkolenia zewnętrzne i wewnętrzne.

Program kształcenia na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* nawiązuje do misji i strategii Uczelni oraz Wydziału.

Główne cele misji to:

- gwarantowanie systematycznego wzrostu poziomu jakości świadczonych usług edukacyjnych dla studentów i otoczenia zewnętrznego,
- kształtowanie wysoko wykwalifikowanych specjalistów z zakresu pedagogiki, filologii, dziennikarstwa i komunikacji społecznej, bezpieczeństwa wewnętrznego, poszukiwanych na rynku pracy,
- dysponowanie nowoczesnym zapleczem dydaktycznym,
- bycie ważnym ośrodkiem dydaktyczno – naukowym dla regionu.

Program jest opracowany zgodnie z zaleceniami wynikającymi z udziału Uczelni w Europejskim Obszarze Szkolnictwa Wyższego oraz wewnętrznych aktów prawnych Uczelni.

2. Ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia i kontynuacji kształcenia przez absolwentów:

Studia na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* prowadzone są w systemie stacjonarnym. Studia licencjackie na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* o profilu praktycznym trwają 6 semestrów w wymiarze 1920 godzin (bez praktyk zawodowych). Kształceniu przypisane jest 180 punktów ECTS.

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna to nowoczesny i bardzo dynamicznie rozwijający się kierunek studiów będący wypadkową wielu dyscyplin naukowych skupiający w sobie zagadnienia zarówno z zakresu nauk społecznych, jak i humanistycznych. W jego obszarze mieści się wiedza o: historii mediów i współczesnych tendencjach rozwojowych polskich i światowych systemów medialnych, procesie powstawania tekstów medialnych, sposobach ich analizy, interpretacji, regułach kompozycji i odbioru, zasadach zarządzania, etyce mediów, normach etycznych i prawnych obowiązujących współczesnego dziennikarza, roli nowych technologii komunikacyjnych w budowaniu współczesnego systemu medialnego,

strukturze, historii, procesach rozwojowych, ekonomicznych, odmianach, normach i sposobach badania mediów.

Studia licencjackie na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* mają za zadanie wykształcić absolwenta do pracy w obszarze medialnym i wizerunkowym. Ukierunkowane są głównie na wszechstronne przygotowanie do interpretowania zjawisk społecznych, politycznych i kulturowych oraz na świadome i kreatywne uczestniczenie w ich powstawaniu. Treści kształcenia dostarczą studentowi wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych oraz kompetencji społecznych i personalnych dotyczących: komunikacji społecznej, procesów komunikowania masowego, sposobów wpływania na odbiorcę budowania wizerunku oraz zagadnień związanych ze specyfiką poszczególnych mediów; pozwolą przede wszystkim zastosować zdobyte kompetencje w praktyce zawodowej.

Absolwent kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* będzie potrafił zadbać o wizerunek instytucji (firmy, szkoły, zakładu itp.) w taki sposób, aby jej obraz w mediach był jak najbardziej korzystny, przy jednoczesnym poszanowaniu kanonów etycznych. Praktyczna umiejętność formułowania wypowiedzi na dowolny temat i skutecznego komunikowania się z mediami w sprawach zawodowych, znajomość nowych technologii PR, pozwoli mu tworzyć transparentne przekazy informujące i kształtujące opinię publiczną. Zdobyta teoria, wzmocniona praktykami zawodowymi, pozwoli nie tylko doskonalić kwalifikacje w toku studiów, ale uświadomi potrzebę nieustannego poszerzania własnych kompetencji, także po ich zakończeniu. Da możliwość poszerzenia sprawności w zakresie nawiązywania kontaktów ułatwiając absolwentowi zaistnienie na rynku pracy.

Kształcenie na kierunku odbywa się w oparciu o najnowsze badania naukowe i współpracę ze środowiskiem lokalnym. Student będzie miał możliwość skorzystania z nowoczesnej oferty edukacyjnej oraz dobrze wyposażonej bazy dydaktycznej (m.in. z informatyzowanych sal, studia radiowego, sprzętu telewizyjnego oraz bogatego księgozbioru Biblioteki i Centrum Informacji Naukowej). Osoby niepełnosprawne (z trudnościami narządów ruchu, wzroku i słuchu) mogą wykorzystać niezbędne im narzędzia ułatwiające proces dydaktyczny (pętle indukcyjne, klawiatury itp.).

Student zrozumie wagę współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym, do czego przyczynią się m.in. obowiązkowe sześciomiesięczne praktyki zawodowe w instytucjach medialnych i związanych z mediami. Poszerzy i wzmocni kontakty z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami naukowymi poprzez realizowany na uczelni Program ERASMUS. Będzie uczestniczył i przygotowywał imprezy, na które zapraszani będą przedstawiciele mediów regionalnych i ogólnopolskich. Może realizować się także w kołach naukowych i zainteresowań. Posiędzie znajomość języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Ponadto wykaze się umiejętnością posługiwania językiem specjalistycznym właściwym dla zakresu kształcenia oraz znajomością nowoczesnych technologii informatycznych.

Student kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* poszerzy swoje kompetencje zawodowe, wybierając jeden z trzech proponowanych profili: *event i kreowanie wizerunku*, *kreowanie wizerunku i reklama* lub *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego*.

Celem nauki w ramach profilu *event i kreowanie wizerunku* jest wykształcenie absolwenta posiadającego rozszerzone kompetencje w zakresie wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i marketingowych służących budowaniu pozytywnych relacji osób, firm i instytucji użyteczności publicznej z ich otoczeniem. Student nabeędzie wiedzę z zakresu tworzenia strategii komunikacyjnych i promocyjnych oraz organizowania imprez i wydarzeń. Pozyska podstawowe umiejętności niezbędne do współpracy z mediami, organizowania eventów, budowania strategii komunikacyjnych, promocyjnych i wizerunkowych. Ponadto nabeędzie sprawność tworzenia przekazów medialnych służących celom wizerunkowym oraz dostosowanych do potrzeb i specyfiki różnorodnych kanałów komunikacyjnych i typów publiczności.

Celem kształcenia w ramach profilu *kreowanie wizerunku i reklama* jest dostarczenie studentom wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i multimedialnych w przestrzeni wirtualnej, niezbędnych w funkcjonowaniu na współczesnym rynku. Oprócz wiedzy i umiejętności w zakresie strategii i narzędzi komunikacji oraz zasad strategicznego wykorzystania elektronicznych narzędzi komunikacji, student pozna specyfikę promocji za pośrednictwem social mediów, zasady tworzenia treści reklamowych oraz mobilnego marketingu, reguły pomiaru efektywności narzędzi promocji i kreowania wizerunku. Zapozna się z podstawami projektowania kreacji graficznych, metodami badań diagnostycznych, zasadami tworzenia projektów i kampanii oraz tworzenia tzw. „zawartości” internetowej w celach marketingowych i wizerunkowych.

Profil *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego* powstał w związku z dynamicznym rozwojem branży medialnej, w której poszukuje się wszechstronnych specjalistów, którzy dysponują nie tylko kompetencjami dziennikarskimi, ale także potrafią tworzyć dźwiękowe oraz wizualne produkty medialne i marketingowe. Celem kształcenia w ramach tego profilu jest przede wszystkim zapewnienie studentom możliwości uzyskania umiejętności projektowania, tworzenia i obróbki materiałów multimedialnych. Oprócz wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji wizualnej, fotografii, grafiki oraz tworzenia przekazów audio-wizualnych studenci nabeęda także wiedzę i umiejętności z zakresu zarządzania, projektowania i tworzenia wizerunku, bowiem są to kompetencje niezbędne do efektywnego prowadzenia działalności w branży medialnej.

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

- stacjach radiowych i telewizyjnych,

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

Może być także zatrudniony jako:

- doradca ds. wizerunku,
- konsultant ds. mediów.

Będzie potrafił także stworzyć własne samodzielne miejsce pracy (portal internetowy, agencja reklamy, PR, agencja marketingu internetowego).

3. Wymagania wstępne

Warunkiem podjęcia studiów pierwszego stopnia na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* jest uzyskanie efektów uczenia się zakładanych dla kształcenia ogólnego na poziomie poprzedzającym 6 poziom w Polskiej Ramy Kwalifikacji tj. ukończenie szkoły średniej i uzyskanie świadectwa maturalnego.

4. Zasady rekrutacji

Kandydaci na pierwszy rok studiów przyjmowani są na poszczególne kierunki i formy studiów oraz poziomy kształcenia w ramach limitów przyjęć.

Postępowanie rekrutacyjne może być przeprowadzone w oparciu o konkurs świadectw dojrzałości/maturalnych.

Wydziałowe Komisje Rekrutacyjne przeprowadzają rekrutację oraz podejmują decyzje o przyjęciu na studia w przypadku, gdy wstęp na studia nie jest wolny. Jeżeli Wydziałowa Komisja Rekrutacyjna nie jest powoływana, rekrutację przeprowadza dziekan wydziału.

W przypadku przyjęcia na kilka kierunków, kandydat musi dokonać wyboru jednego z nich, jako kierunku podstawowego. Studiowanie na kilku kierunkach jest możliwe na zasadach określonych w ustawie *Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce* oraz w *Regulaminie studiów*.

Warunkiem dopuszczenia do postępowania rekrutacyjnego jest rejestracja kandydata na podstawie złożonego w terminie kompletu dokumentów, oraz wniesionej opłaty za postępowanie rekrutacyjne. Wykaz wymaganych dokumentów, terminy ich składania oraz wysokość opłaty rekrutacyjnej są określone zarządzeniem Rektora.

Szczegółowe zasady rekrutacji, przyjęte uchwałą Senatu KPSW na określony rok akademicki, są podawane do publicznej wiadomości poprzez umieszczenie ich na stronie internetowej Uczelni.

II. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Podstawę prawną do opracowania efektów uczenia się na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna*, na studiach pierwszego stopnia stanowią:

- Ustawa z dnia 20 lipca 2018 roku – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2018 poz. 1668),
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. 2018, poz. 1861),
- Ustawa z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r. poz. 2153)
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. 2018, poz. 2218),
- Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz. U. 2018, poz. 1818).

1. Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów obszarowych z komentarzami

Efekty uczenia się dla kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* zostały opracowane w oparciu o załącznik pkt. I do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. Wzbogacono je jednak o efekty dodatkowe związane z wprowadzeniem trzech profili z możliwością wyboru jednego z nich, tj. *event i kreowanie wizerunku, kreowanie wizerunku i reklama lub produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego*. Opracowywanie efektów uczenia się dla kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* prowadzone było na podstawie konsultacji z rynkiem pracy i interesariuszami. Efekty te odnoszą się przede wszystkim do dziedziny nauk społecznych.

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna jako kierunek będący wypadkową wielu dyscyplin naukowych z zakresu nauk społecznych i humanistycznych, ma za zadanie uzmysłowić przyszłym absolwentom złożoność relacji w tych procesach zarówno z perspektywy historycznej, jak i współczesnych przemian społeczno-kulturowych. Wiedza i umiejętności w tym zakresie pozwalają zrozumieć historię i współczesne tendencje rozwojowe światowych systemów medialnych, proces powstawania tekstów medialnych, sposoby ich analizy, interpretacji, reguły kompozycji i odbioru, zasady zarządzania mediami, etykę zawodu, normy prawne, ale także uwarunkowania historyczne, odwołania literackie, filozoficzne, językoznawcze, a także ekonomiczne procesy rozwojowe. Czerpiąc z osiągnięć

nauk społecznych i humanistycznych kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* wzbogaca rozumienie praktyki dziennikarskiej i medialnej, daje możliwości pełniejszego wyjaśniania przedmiotu badań w tym zakresie.

2. Tabela pokrycia efektów uczenia się.

Efekty uczenia się dla kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* pokrywają 100% efektów wskazanych w *Polskiej Ramie Kwalifikacji*. Zostały wzbogacone o efekty, które student uzyska w toku realizacji jednego z trzech proponowanych profili do wyboru: *event i kreowanie wizerunku*, *kreowanie wizerunku i reklama* lub *produkcja medialna z elementami* *dziennikarstwa* *radiowo-telewizyjnego*.

III. PROGRAM STUDIÓW

1. Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji: **180**
2. Ogólna liczba godzin (bez praktyk zawodowych): **1920**
3. Liczba semestrów: **6**
4. Opis poszczególnych modułów kształcenia

Program zbudowany jest z 4 modułów kształcenia:

1) Moduł przedmiotów podstawowych: obowiązkowych i ograniczonego wyboru

Moduł ten obejmuje 660 lub 645 godzin, za które student może uzyskać odpowiednio 49 lub 48 punktów ECTS. Różnica pomiędzy liczbą godzin i liczbą punktów ECTS zależy od wybranego profilu kierunku studiów – kształcenie w ramach profilu *event i kreowanie wizerunku* oraz profilu *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego* obejmuje poszerzone kształcenie w ramach przedmiotu *podstawy wiedzy o organizacji i zarządzaniu*. Moduł przedmiotów podstawowych obejmuje przedmioty z zakresu nauk wprowadzających do problematyki mediów, wspomagających rozumienie zjawisk medialnych oraz ich badanie, a także innych dyscyplin takich jak: *psychologia, ekonomia, zarządzanie sytuacją kryzysową, współczesne stosunki międzynarodowe, współczesne systemy polityczne, prawo i filozofia*. W module tym są również zajęcia obowiązkowe z *języka obcego*. Przedmioty wchodzące w skład tego modułu są realizowane w większości w trzech pierwszych semestrach studiów, dając podstawę do zrozumienia wiedzy z zakresu przedmiotów kierunkowych, jak i umiejętności oraz postaw właściwych studiowanej dyscyplinie. Każdy student musi zaliczyć wszystkie przedmioty wchodzące w skład tego modułu. Może jednak dokonywać wyboru języków obcych: *język angielski, język niemiecki, język rosyjski, język hiszpański, język włoski lub język francuski*.

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|--|---------------|------|
| Podstawy wiedzy o organizacji i zarządzaniu * | 45/30 | 4/3 |
| Ekonomia z ekonomiką mediów | 30 | 3 |
| Nauki o komunikowaniu | 45 | 4 |
| Teoria komunikacji społecznej i interpersonalnej | 45 | 4 |
| Prasoznawstwo | 30 | 2 |
| Język jako podstawowe narzędzie komunikacji | 45 | 3 |
| Zarządzanie sytuacją kryzysową | 45 | 3 |

| | | |
|--|---------|-------|
| Podstawy prawa | 45 | 3 |
| Współczesne stosunki międzynarodowe | 45 | 3 |
| Współczesne systemy polityczne | 30 | 2 |
| Podstawy socjologii | 45 | 4 |
| Psychologia z psychologią zawodu | 30 | 2 |
| Podstawy filozofii | 30 | 2 |
| Metody badań empirycznych | 30 | 2 |
| Język angielski/niemiecki/rosyjski/hiszpański/włoski/francuski | 120 | 8 |
| Razem | 660/645 | 49/48 |

*Kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu *kreowanie wizerunku i reklama* obejmuje 30 godzin z przedmiotu podstawy wiedzy o organizacji i zarządzaniu.

2) Moduł przedmiotów kierunkowych: obowiązkowych i kierunkowych do wyboru

Moduł składa się z 16 przedmiotów obowiązkowych, 6 przedmiotów kierunkowych do wyboru i seminarium licencjackiego, które obejmują łącznie 660 lub 675 godzin i 60 lub 59 pkt ECTS (w zależności od wyboru profilu), ponadto 720 godzin praktyki za 28 punktów ECTS. Studenci uzyskują w ramach prowadzonych kursów niezbędną wiedzę, umiejętności i postawy właściwe dla zawodu dziennikarza i osoby zajmującej się promocją i kształtowaniem wizerunku. Nabywaniu konkretnych umiejętności służy tu prowadzony przez 5 semestrów kurs *podstawy warsztatu zawodowego*, który w semestrze I składa się z *dziennikarstwa informacyjnego*, w semestrze II z warsztatów poświęconych *dziennikarstwu publicystycznemu*, podczas III semestru realizowany jest *warsztat radiowy*, w IV semestrze zaplanowany jest *warsztat TV*, natomiast w semestrze V jest *warsztat DJ-a z elementami dziennikarstwa muzycznego*. W semestrze V i VI realizowane są także *praktyki zawodowe*.

W module tym realizowane jest też - przez dwa ostatnie semestry studiów - obowiązkowe *seminarium licencjackie*. Obejmuje ono 60 godzin oraz 4 punkty ECTS. Celem kursu jest przygotowanie studenta do realizacji *pracy dyplomowej* (za którą uzyska 10 pkt ECTS). Student może wybierać prowadzącego seminarium spośród wskazanych pracowników dydaktycznych stanowiących kadrę kierunku. Student wybiera prowadzącego seminarium, kierując się swoimi zainteresowaniami oraz obszarem badawczym prowadzącego zajęcia. Efekty uczenia się dla modułu są opisane w matrycy i karcie przedmiotu *seminarium licencjackie*.

Studenci mogą poszerzać swoje kompetencje zgodnie z zainteresowaniami, realizując zajęcia zaproponowane w ramach przedmiotów kierunkowych do wyboru. Celem tej części kształcenia jest pogłębianie wiedzy i umiejętności w zakresie zarządzania, filozofii i komunikowania co przyczyni się do podwyższenia kwalifikacji absolwenta kierunku oraz zwiększy jego szanse na zatrudnienie. Studenci mogą wybierać spośród następujących

przedmiotów: *filozofia kultury, filozofia polityki, biznesplan, zarządzanie projektami, asertywność - trening interpersonalny, warsztat kompetencji międzykulturowej.*

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|---|------------------------------|-------------|
| Retoryka i erystyka | 30 | 2 |
| Kultura języka | 30 | 2 |
| Public relations | 45 | 4 |
| Techniki negocjacyjne | 15 | 2 |
| Podstawy warsztatu zawodowego | 150 | 10 |
| Gatunki dziennikarskie | 45 | 4 |
| Techniczne zagadnienia pracy w studiu radiowym | 15 | 1 |
| Dziennikarskie źródła informacji | 15 | 1 |
| Historia mediów | 30 | 3 |
| Etyka zawodowa | 30 | 2 |
| Prawo mediów* | 30/15 | 2 |
| Systemy medialne | 45 | 4 |
| Dziennikarstwo internetowe | 30 | 2 |
| Efektywna praca w zespole | 30 | 2 |
| Mediacje | 15 | 1 |
| Filozofia kultury / Filozofia polityki | 15 | 1 |
| Asertywność - trening interpersonalny / Warsztat kompetencji międzykulturowej | 30 | 2 |
| Biznesplan / Zarządzanie projektami** | 15 | 1/2 |
| Praktyki zawodowe | 720 | 28 |
| Seminarium licencjackie | 60 | 4 |
| Praca dyplomowa | | 10 |
| Razem | 675/660 + 720 praktyki | 88/87 |

*Kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu *kreowanie wizerunku i reklama* obejmuje 15 godzin z przedmiotu prawo mediów.

*Kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu *event i kreowanie wizerunku* obejmuje 15 godzin z przedmiotu biznes plan/zarządzanie projektami za 1 pkt ECTS.

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk

Praktyki zawodowe mają na celu potwierdzenie i zweryfikowanie wiedzy uzyskanej w toku studiów oraz nabycie doświadczenia zawodowego przez studentów poprzez obserwowanie i uczestnictwo w pracy dziennikarzy, wydawców, agencji pijarowskich i innych komórek medialnych w różnych jednostkach i instytucjach. Student ma za zadanie m.in. zapoznać się ze strukturą, zadaniami i działaniami charakterystycznymi dla instytucji medialnych, a także regionalnych biur i urzędów oraz agencji marketingowych, reklamowych i public relations, biur rzeczników prasowych i biur prasowych lokalnych korporacji i firm oraz ich rolą w społeczeństwie i społeczności lokalnej. Powinien wykształcić umiejętności rzetelnego pozyskiwania wiadomości i obiektywnego informowania odbiorcy oraz potwierdzić postawę odpowiedzialności względem powierzonych zadań i świadomości roli jaką pełni pracownik medialny w wykonywanym przez siebie zawodzie.

Student odbywa praktykę zawodową w wymiarze 720 godzin, za którą uzyskuje 28 punktów ECTS. Praktyka jest zaliczana na ocenę w skali zgodnej z *Regulaminem studiów*. Praktyka odbywa się we wskazanej przez studenta instytucji, z którą porozumienie o prowadzeniu praktyk podpisuje z ramienia uczelni dziekan. Opiekunem praktyki w placówce jest dziennikarz lub osoba odpowiadająca za komunikację społeczną pracująca w danej instytucji. Na każdym kierunku wyznaczony jest organizator praktyki z ramienia Wydziału (pracownik dziekanatu), który jest odpowiedzialny za: formalne przygotowanie studenta do praktyki, właściwy (dla kierunku i profilu) dobór instytucji przez studentów oraz przygotowanie dokumentów (porozumienie, instrukcja praktyki). Przed rozpoczęciem praktyki student zobowiązany jest zgłosić się do dziekanatu celem dopełnienia wszelkich niezbędnych formalności. Zaliczenia na ocenę praktyki dokonuje opiekun praktyki z ramienia instytucji, do której udał się student. Ocenę do elektronicznego formularza protokołu, po weryfikacji dokumentów, wpisuje uczelniany opiekun praktyk powołany przez dziekana Wydziału.

Student dokumentuje przebieg praktyki w *Dzienniku praktyki*. Znajduje się w nim oprócz opisu przebiegu praktyki w określonej liczbie godzin i miejscu, opinia wystawiana przez opiekuna. Dokumentem stanowiącym podstawę do zaliczenia praktyki jest dziennik praktyki, który przechowywany jest w aktach w okresie trwania studiów, a po ich zakończeniu przekazywany jest studentowi. Karta zaliczenia praktyk jest natomiast dokumentem, który potwierdza realizację praktyk i pozostaje w aktach studenta. Wpisu do elektronicznego formularza protokołu dokonuje uczelniany opiekun praktyk po stwierdzeniu prawidłowości przebiegu praktyki i uzyskania przez studenta zakładanych efektów. Czas i miejsce odbycia praktyki są odnotowywane w suplemencie do dyplomu.

Zaświadczenie o przyjęciu do placówki, harmonogram praktyk, baza instytucji oraz pozostałe dokumenty dostępne są dla studentów na stronie internetowej Uczelni oraz w dziekanacie Wydziału. Szczegółowe zasady i forma odbywania praktyk są opisane w sylabusie i dzienniku praktyk.

3) Moduł przedmiotów związany z wyborem jednego z trzech profili w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Studenci, którzy wybiorą profil *event i kreowanie wizerunku* realizować będą 16 przedmiotów. Efekty kształcenia umożliwią mu rozszerzenie wiedzy kierunkowej w tych obszarach, które go zainteresują i jego zdaniem wzmocnią posiadany warsztat zawodowy. Moduł obejmuje 375 godzin, dla których przydzielono 33 punkty ECTS.

Profil *event i kreowanie wizerunku* ma dostarczyć studentom wiedzę i praktyczne umiejętności wykraczające poza podstawowe kompetencje dziennikarskie i medialne. Studenci dzięki poszerzającym ich wiedzę kursom, nabędą dodatkowe kompetencje (z zakresu wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i multimedialnych w przestrzeni wirtualnej) niezbędne w funkcjonowaniu na współczesnym rynku. Oprócz wiedzy i umiejętności w zakresie strategii i narzędzi komunikacji oraz zasad strategicznego wykorzystania elektronicznych narzędzi komunikacji, poznają specyfikę promocji za pośrednictwem social mediów, zasady tworzenia treści reklamowych oraz event marketingu, reguły pomiaru efektywności narzędzi promocji i kreowania wizerunku. Zapoznają się z podstawami projektowania kreacji graficznych, metodami badań diagnostycznych, zasadami tworzenia projektów i kampanii oraz tworzenia tzw. „zawartości” internetowej w celach marketingowych i wizerunkowych. W ramach tego profilu studenci będą mogli zdobyć kompetencje potrzebne do organizowania imprez i wydarzeń. W ramach cyklu zajęć poświęconych tej problematyce poznają aspekty prawne, ekonomiczne, marketingowe i techniczne związane z organizowaniem eventów.

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|----------------------------------|---------------|------|
| Event jako narzędzie komunikacji | 30 | 3 |
| Podstawy marketingu | 15 | 2 |
| Organizacja eventów | 30 | 2 |
| Komunikacja w sieci | 15 | 1 |
| Teoria i praktyka reklamy | 45 | 4 |
| Bezpieczeństwo imprez masowych | 15 | 2 |
| Techniki autoprezentacji | 30 | 2 |
| Prawo i finansowanie eventów | 15 | 2 |

| | | |
|---|-----|----|
| Warsztat prezentera | 30 | 2 |
| Media relations | 30 | 3 |
| Spółeczna odpowiedzialność biznesu | 15 | 1 |
| Wystąpienia przed kamerą | 15 | 1 |
| Kreowanie wizerunku w organizacjach pozarządowych | 15 | 2 |
| Monitoring mediów | 15 | 1 |
| Warsztat tekstów użytkowych | 15 | 1 |
| Komunikacja marketingowa | 45 | 4 |
| Razem | 375 | 33 |

W przypadku wyboru profilu *kreowanie wizerunku i reklama* student realizować będzie 16 przedmiotów. Efekty uczenia się umożliwią mu rozszerzenie wiedzy kierunkowej w tych obszarach, które go zainteresują i jego zdaniem wzmocnią posiadany warsztat zawodowy. Moduł obejmuje 405 godzin, dla których przydzielono 33 punktów ECTS.

Przedmioty wybrane w ramach profilu *kreowanie wizerunku i reklama* mają dostarczyć studentom wiedzy i praktycznych umiejętności wykraczających poza podstawowe kompetencje dziennikarskie i medialne. Studenci, dzięki poszerzającym ich wiedzę kursom, nabędą dodatkowe kompetencje (z zakresu wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i multimedialnych w przestrzeni wirtualnej) niezbędne w funkcjonowaniu na współczesnym rynku. Oprócz wiedzy i umiejętności w zakresie strategii i narzędzi komunikacji oraz zasad strategicznego wykorzystania elektronicznych narzędzi komunikacji, poznają specyfikę promocji za pośrednictwem social mediów, zasady tworzenia treści reklamowych oraz mobilnego marketingu, reguły pomiaru efektywności narzędzi promocji i kreowania wizerunku firm, organizacji i osób. Zapoznają się z podstawami projektowania kreacji graficznych, metodami badań diagnostycznych, zasadami tworzenia projektów i kampanii oraz tworzenia tzw. „zawartości” internetowej w celach marketingowych i wizerunkowych.

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|---------------------|---------------|------|
| Podstawy marketingu | 30 | 3 |
| Organizacja eventów | 30 | 2 |

| | | |
|---|-----|----|
| Komunikacja w sieci | 30 | 2 |
| Teoria i praktyka reklamy | 45 | 4 |
| Media relations | 30 | 3 |
| Techniki autoprezentacji | 30 | 2 |
| Wystąpienia przed kamerą | 15 | 1 |
| Budowanie marki osobistej | 15 | 1 |
| Warsztat tekstów użytkowych | 15 | 1 |
| Podstawy prawa gospodarczego | 30 | 3 |
| Język w reklamie | 15 | 1 |
| Spółeczna odpowiedzialność biznesu | 15 | 1 |
| Kreowanie wizerunku w organizacjach pożytku publicznego | 15 | 2 |
| Monitoring mediów | 15 | 1 |
| Grafika komputerowa i projektowanie stron WWW | 30 | 2 |
| Komunikacja marketingowa | 45 | 4 |
| Razem | 405 | 33 |

Jeśli student wybierze profil *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego* realizować będzie 17 przedmiotów. Efekty uczenia się umożliwią mu rozszerzenie wiedzy kierunkowej w tych obszarach, które go zainteresują i jego zdaniem wzmocnią posiadany warsztat zawodowy. Moduł obejmuje 375 godzin, dla których przydzielono 32 punkty ECTS.

Dobór przedmiotów objętych profilem *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego* ma dostarczyć studentom wiedzę i praktyczne umiejętności wykraczające poza podstawowe kompetencje dziennikarskie i medialne. Studenci pogłębią swoją wiedzę z zakresu nauki o mediach, prawa i marketingu. Pozyskają ponadto kompetencje niezbędne do prowadzenia działalności w branży medialnej – nabędą umiejętności prezenterkie, menedżerskie oraz wizerunkowe ze szczególnym uwzględnieniem budowania silnej marki. Oprócz wiedzy i umiejętności w zakresie strategii i narzędzi komunikacji oraz zasad strategicznego wykorzystania elektronicznych narzędzi komunikacji, poznają ponadto zasady tworzenia audiowizualnych produktów tworzonych na potrzeby mediów i marketingu.

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|---|---------------|------|
| Mediatyzacja sfery publicznej | 30 | 3 |
| Grafika komputerowa | 30 | 2 |
| Podstawy prawa gospodarczego | 15 | 2 |
| Content marketing | 15 | 1 |
| Teoria i praktyka reklamy | 45 | 4 |
| Kreowanie wizerunku w organizacjach pożytku publicznego | 15 | 2 |
| Techniki autoprezentacji | 30 | 2 |
| Media relations | 30 | 3 |
| Montaż materiałów multimedialnych | 30 | 2 |
| Warsztat menedżera projektów medialnych | 30 | 2 |
| Komunikacja wizualna | 15 | 2 |
| Fotografia | 15 | 1 |
| Warsztat prezentera | 15 | 1 |
| Copywriting i webwriting | 15 | 1 |
| Branding i strategie marketingowe | 15 | 1 |
| Wystąpienia przed kamerą | 15 | 1 |
| Podstawy przedsiębiorczości | 15 | 2 |
| Razem | 375 | 32 |

4) Moduł przedmiotów kształcenia ogólnego: obowiązkowych i ograniczonego wyboru

W obrębie tego modułu student realizuje 210 godzin dydaktycznych za 11 punktów ECTS, przy czym 120 godzin stanowią przedmioty obowiązkowe, takie jak: *krytyka literacka, filmowa i TV, wybrane zagadnienia z zakresu ochrony własności intelektualnej, literatura powszechna i wiedza o literaturze polskiej*, 60 godzin przeznaczają student na *wychowanie fizyczne*, w obrębie którego wybiera rodzaj zajęć z zaproponowanej palety, 30 godzin przeznaczają na *technologię informacyjną* lub do wyboru kurs *ECDL*.

Strukturę przedmiotów kształcenia ogólnego przedstawia poniższa tabela.

| Przedmiot | Liczba godzin | ECTS |
|--|---------------|------|
| Krytyka literacka, filmowa i TV | 15 | 2 |
| Wybrane zagadnienia z zakresu ochrony własności intelektualnej | 15 | 1 |
| Literatura powszechna | 45 | 3 |
| Wiedza o literaturze polskiej | 45 | 3 |
| Technologia informacyjna/ECDL | 30 | 2 |
| Wychowanie fizyczne | 60 | - |
| Razem | 210 | 11 |

Pełny wykaz przedmiotów wchodzących w skład modułów zawierają semestralne plany studiów stanowiące **Załącznik nr 1a, Załącznik nr 2a i Załącznik nr 3a.**

Załącznik nr 4, nr 5 i nr 6 zawiera opis przedmiotów (sylabusy).

5. Matryca efektów uczenia się dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, profil *event i kreowanie wizerunku*

dziedzina: **nauki społeczne, nauki humanistyczne**

profil kształcenia: **praktyczny**

forma studiów: **stacjonarne**

profil: ***event i kreowanie wizerunku***

tytuł zawodowy: **licencjat**

| Symbol | Efekty uczenia się dla kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna.</i> Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i> o profilu <i>event i kreowanie wizerunku</i> absolwent: | Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla klasyfikacji na poziomie 6 PRK |
|--------|---|--|
| | WIEDZA | |
| K_W01 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych | P6S_WG |
| K_W02 | ma elementarną wiedzę o instytucjach społecznych | P6S_WG |
| K_W03 | ma podstawową wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym więzi i struktury społeczne | P6S_WG |
| K_W04 | ma podstawową wiedzę o współczesnej polityce | P6S_WG |
| K_W05 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o mediach | P6S_WG |

| | | |
|-------|--|--------|
| | i komunikacji społecznej, zna podstawowe teorie medioznawcze | |
| K_W06 | ma podstawową wiedzę z zakresu kultury, literatury i historii XX i XXI wieku | P6S_WG |
| K_W07 | ma wiedzę o dawnych i współczesnych mediach i systemach medialnych oraz o sposobach planowania i realizowania kampanii wizerunkowych i eventowych, w tym ich ekonomicznych i politycznych uwarunkowaniach | P6S_WK |
| K_W08 | zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji społecznej i nauki o mediach w tym związane z kreowaniem wizerunku oraz planowaniem i realizowaniem eventów | P6S_WG |
| K_W09 | zna regulacje prawne i normy etyczne związane z funkcjonowaniem mediów - w tym obowiązujące przy kreowaniu wizerunku i organizowaniu eventów – i wykonywaniem zawodu dziennikarza | P6S_WK |
| K_W10 | ma wiedzę o typach i gatunkach wypowiedzi dziennikarskiej, o technikach i środkach retorycznych | P6S_WG |
| K_W11 | ma wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się osób i instytucji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym | P6S_WG |
| K_W12 | ma wiedzę z dziedziny nowych technologii w studiowanym obszarze | P6S_WG |
| K_W13 | posiada podstawową wiedzę z zakresu public relations, marketingu i ich wykorzystania w mediach wiedzę o reklamie i branży reklamowej | P6S_WG |
| K_W14 | zna specyfikę i podstawowe różnice między dziennikarstwem prasowym, radiowym, telewizyjnym i internetowym oraz formy dziennikarskie charakterystyczne dla tych mediów, zasady konstruowania layoutu prasowego i internetowego, programu radiowego i telewizyjnego. | P6S_WG |
| | UMIEJĘTNOŚCI | |
| K_U01 | potrafi posługiwać się terminologią z zakresu nauk społecznych | P6S_UW |
| K_U02 | potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów politycznych | P6S_UW |
| K_U03 | potrafi analizować i łączyć ze sobą różne fakty, problemy i procesy historyczne | P6S_UW |
| K_U04 | potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa dla interpretowania i rozumienia współczesnych zjawisk | P6S_UW |
| K_U05 | dostrzega relacje między mediami a zjawiskami i procesami politycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi | P6S_UW |
| K_U06 | potrafi tworzyć podstawowe formy dziennikarskie; zna, | P6S_UW |

| | | |
|-------|--|--------|
| | rozpoznaje i umie posługiwać się podstawowymi gatunkami dziennikarskimi adekwatnymi do potrzeb; potrafi dokonywać selekcji zdobywanych informacji oraz skonstruować krótkie formy informacyjne (pisemne i ustne), posiada praktyczną umiejętność przygotowania typowych tekstów dziennikarskich i publicystycznych | |
| K_U07 | potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania decydujące o funkcjonowaniu mediów masowych krajowych i zagranicznych; umie analizować i planować sposoby kreowania wizerunku i organizowania eventów oraz potrafi wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych | P6S_UW |
| K_U08 | potrafi interpretować regulacje prawne związane z wykonywanym zawodem i specjalnością oraz postępować zgodnie z nimi | P6S_UW |
| K_U09 | potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe zgodnie z normami etyki zawodowej, przewiduje skutki swoich działań w prawnym i etycznym aspekcie wykonywania zawodu (dziennikarza, a także specjalisty zakresu wizerunku i organizacji eventów) | P6S_UW |
| K_U10 | stosując adekwatne narzędzia i wiedzę teoretyczną samodzielnie wyszukuje i weryfikuje informacje oraz właściwie jej wykorzystuje | P6S_UW |
| K_U11 | posiada umiejętności tworzenia prac pisemnych, wypowiedzi ustnych oraz prezentacji multimedialnych | P6S_UK |
| K_U12 | posiada umiejętności sprawnego posługiwania się językiem polskim oraz wybranym językiem obcym w mowie i piśmie na poziomie B2 | P6S_UK |
| K_U13 | potrafi tworzyć skuteczne przekazy medialne w zakresie dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz internetowego, a także w zakresie kreowania wizerunku i organizacji eventów | P6S_UK |
| K_U14 | potrafi posługiwać się nowoczesnymi narzędziami właściwymi dla mediów i zawodów związanych z komunikacją społeczną, potrafi wchodzić w różne role zawodowe związane ze studiowanym kierunkiem | P6S_UO |
| K_U15 | posiada umiejętności prezentowania własnych poglądów i pomysłów, a także przekonywania do nich rozmówców | P6S_UK |
| K_U16 | potrafi korzystać z narzędzi public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy do przekazu medialnego | P6S_UK |
| K_U17 | potrafi pracować w zespole, rozumie swoją w nim rolę | P6S_UO |
| | KOMPETENCJE SPOŁECZNE | |
| K_K01 | zna zakres swojej wiedzy i poziom umiejętności, ma świadomość konieczności ciągłego rozwijania się | P6S_KK |

| | | |
|-------|--|--------|
| K_K02 | jest odpowiednio przygotowany do pracy w zespole, rozumie swoją rolę w grupie zawodowej | P6S_KR |
| K_K03 | jest świadomy problemów etycznych i prawnych dotyczących pozyskiwania, zarządzania i wykorzystywania informacji | P6S_KR |
| K_K04 | jest otwarty na podejmowanie kontaktów społecznych i zawodowych | P6S_KO |
| K_K05 | jest aktywny wobec nowych wyzwań zawodowych, w tym podejmuje działania zmierzające do rozwoju przedsiębiorczości | P6S_KO |
| K_K06 | przestrzega zasad etyki zawodowej i norm współżycia społecznego | P6S_KR |
| K_K07 | jest przygotowany do samodzielnej pracy, powierzone zadania wykonuje starannie i terminowo | P6S_KR |

6. Matryca efektów uczenia się dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, profil kreowanie wizerunku i reklama

dziedzina: **nauki społeczne, nauki humanistyczne**

profil kształcenia: **praktyczny**

forma studiów: **stacjonarne**

profil: **kreowanie wizerunku i reklama**

tytuł zawodowy: **licencjat**

| Symbol | Efekty uczenia się dla kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i> . Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i> o profilu <i>kreowanie wizerunku i reklama</i> absolwent: | Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla klasyfikacji na poziomie 6 PRK |
|--------|---|--|
| | WIEDZA | |
| K_W01 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych | P6S_WG |
| K_W02 | ma elementarną wiedzę o instytucjach społecznych | P6S_WG |
| K_W03 | ma podstawową wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym więzi i struktury społeczne | P6S_WG |
| K_W04 | ma podstawową wiedzę o współczesnej polityce | P6S_WG |
| K_W05 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o mediach i komunikacji społecznej, zna podstawowe teorie medioznawcze | P6S_WG |
| K_W06 | ma podstawową wiedzę z zakresu kultury, literatury i historii XX i XXI wieku | P6S_WG |
| K_W07 | ma wiedzę o dawnych i współczesnych mediach | P6S_WK |

| | | |
|-------|--|--------|
| | i systemach medialnych oraz o sposobach planowania i realizowania kampanii reklamowych i wizerunkowych, w tym ich ekonomicznych i politycznych uwarunkowaniach | |
| K_W08 | zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji społecznej i nauki o mediach w tym związane z kreowaniem wizerunku oraz planowaniem i realizowaniem kampanii reklamowych | P6S_WG |
| K_W09 | zna regulacje prawne i normy etyczne związane z funkcjonowaniem mediów - w tym obowiązujące przy kreowaniu wizerunku i organizowaniu eventów – i wykonywaniem zawodu dziennikarza | P6S_WK |
| K_W10 | ma wiedzę o typach i gatunkach wypowiedzi dziennikarskiej, o technikach i środkach retorycznych | P6S_WG |
| K_W11 | ma wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się osób i instytucji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym | P6S_WG |
| K_W12 | ma wiedzę z dziedziny nowych technologii w studiowanym obszarze | P6S_WG |
| K_W13 | posiada podstawową wiedzę z zakresu public relations, marketingu i ich wykorzystania w mediach wiedzę o reklamie i branży reklamowej | P6S_WG |
| K_W14 | zna specyfikę i podstawowe różnice między dziennikarstwem prasowym, radiowym, telewizyjnym i internetowym oraz formy dziennikarskie charakterystyczne dla tych mediów, zasady konstruowania layoutu prasowego i internetowego, programu radiowego i telewizyjnego. | P6S_WG |
| | UMIEJĘTNOŚCI | |
| K_U01 | potrafi posługiwać się terminologią z zakresu nauk społecznych | P6S_UW |
| K_U02 | potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów politycznych | P6S_UW |
| K_U03 | potrafi analizować i łączyć ze sobą różne fakty, problemy i procesy historyczne | P6S_UW |
| K_U04 | potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa dla interpretowania i rozumienia współczesnych zjawisk | P6S_UW |
| K_U05 | dostrzega relacje między mediami a zjawiskami i procesami politycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi | P6S_UW |
| K_U06 | potrafi tworzyć podstawowe formy dziennikarskie; zna, rozpoznaje i umie posługiwać się podstawowymi gatunkami dziennikarskimi adekwatnymi do potrzeb; potrafi dokonywać selekcji zdobywanych informacji oraz skonstruować krótkie formy informacyjne (pisemne i ustne), posiada praktyczną umiejętność przygotowania | P6S_UW |

| | | |
|-------|---|--------|
| | typowych tekstów dziennikarskich i publicystycznych | |
| K_U07 | potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania decydujące o funkcjonowaniu mediów masowych krajowych i zagranicznych; umie analizować i planować sposoby tworzenia kampanii reklamowych i wizerunkowych oraz potrafi wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych | P6S_UW |
| K_U08 | potrafi interpretować regulacje prawne związane z wykonywanym zawodem i specjalnością oraz postępować zgodnie z nimi | P6S_UW |
| K_U09 | potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe zgodnie z normami etyki zawodowej, przewiduje skutki swoich działań w prawnym i etycznym aspekcie wykonywania zawodu (dziennikarza, a także specjalisty zakresu wizerunku i organizacji eventów) | P6S_UW |
| K_U10 | stosując adekwatne narzędzia i wiedzę teoretyczną samodzielnie wyszukuje i weryfikuje informacje oraz właściwie jej wykorzystuje | P6S_UW |
| K_U11 | posiada umiejętności tworzenia prac pisemnych, wypowiedzi ustnych oraz prezentacji multimedialnych | P6S_UK |
| K_U12 | posiada umiejętności sprawnego posługiwania się językiem polskim oraz wybranym językiem obcym w mowie i piśmie na poziomie B2 | P6S_UK |
| K_U13 | potrafi tworzyć skuteczne przekazy medialne w zakresie dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz internetowego, a także w zakresie kreowania wizerunku i reklamy | P6S_UK |
| K_U14 | potrafi posługiwać się nowoczesnymi narzędziami właściwymi dla mediów i zawodów związanych z komunikacją społeczną, potrafi wchodzić w różne role zawodowe związane ze studiowanym kierunkiem | P6S_UO |
| K_U15 | posiada umiejętności prezentowania własnych poglądów i pomysłów, a także przekonywania do nich rozmówców | P6S_UK |
| K_U16 | potrafi korzystać z narzędzi public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy do przekazu medialnego | P6S_UK |
| K_U17 | potrafi pracować w zespole, rozumie swoją w nim rolę | P6S_UO |
| | KOMPETENCJE SPOŁECZNE | |
| K_K01 | zna zakres swojej wiedzy i poziom umiejętności, ma świadomość konieczności ciągłego rozwijania się | P6S_KK |
| K_K02 | jest odpowiednio przygotowany do pracy w zespole, rozumie swoją rolę w grupie zawodowej | P6S_KR |
| K_K03 | jest świadomy problemów etycznych i prawnych dotyczących pozyskiwania, zarządzania i wykorzystywania informacji | P6S_KR |

| | | |
|-------|--|--------|
| K_K04 | jest otwarty na podejmowanie kontaktów społecznych i zawodowych | P6S_KO |
| K_K05 | jest aktywny wobec nowych wyzwań zawodowych, w tym podejmuje działania zmierzające do rozwoju przedsiębiorczości | P6S_KO |
| K_K06 | przestrzega zasad etyki zawodowej i norm współżycia społecznego | P6S_KR |
| K_K07 | jest przygotowany do samodzielnej pracy, powierzone zadania wykonuje starannie i terminowo | P6S_KR |

7. Matryca efektów uczenia się dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, profil *produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego*

dziedzina: **nauki społeczne, nauki humanistyczne**

profil kształcenia: **praktyczny**

forma studiów: **stacjonarne**

profil: ***produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego***

tytuł zawodowy: **licencjat**

| Symbol | Efekty uczenia się na kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i>. Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku studiów <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i> o profilu <i>produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego</i> absolwent: | Odniesienie do charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla klasyfikacji na poziomie 6 PRK |
|---------------|--|---|
| | WIEDZA | |
| K_W01 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk społecznych | P6S_WG |
| K_W02 | ma elementarną wiedzę o instytucjach społecznych | P6S_WG |
| K_W03 | ma podstawową wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym więzi i struktury społeczne | P6S_WG |
| K_W04 | ma podstawową wiedzę o współczesnej polityce | P6S_WG |
| K_W05 | ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o mediach i komunikacji społecznej, zna podstawowe teorie medioznawcze | P6S_WG |
| K_W06 | ma podstawową wiedzę z zakresu kultury, literatury i historii XX i XXI wieku | P6S_WG |
| K_W07 | ma wiedzę o dawnych i współczesnych mediach i systemach medialnych oraz o sposobach planowania i realizowania produkcji medialnej, w tym jej | P6S_WK |

| | | |
|-------|--|--------|
| | ekonomicznych i politycznych uwarunkowaniach | |
| K_W08 | zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji społecznej i nauki o mediach w tym związane z kreowaniem wizerunku oraz planowaniem i realizowaniem produkcji medialnej | P6S_WG |
| K_W09 | zna regulacje prawne i normy etyczne związane z funkcjonowaniem mediów - w tym obowiązujące przy kreowaniu wizerunku i organizowaniu eventów – i wykonywaniem zawodu dziennikarza | P6S_WK |
| K_W10 | ma wiedzę o typach i gatunkach wypowiedzi dziennikarskiej, o technikach i środkach retorycznych | P6S_WG |
| K_W11 | ma wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się osób i instytucji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym | P6S_WG |
| K_W12 | ma wiedzę z dziedziny nowych technologii w studiowanym obszarze | P6S_WG |
| K_W13 | posiada podstawową wiedzę z zakresu public relations, marketingu i ich wykorzystania w mediach wiedzę o reklamie i branży reklamowej | P6S_WG |
| K_W14 | zna specyfikę i podstawowe różnice między dziennikarstwem prasowym, radiowym, telewizyjnym i internetowym oraz formy dziennikarskie charakterystyczne dla tych mediów, zasady konstruowania layoutu prasowego i internetowego, programu radiowego i telewizyjnego. | P6S_WG |
| | UMIEJĘTNOŚCI | |
| K_U01 | potrafi posługiwać się terminologią z zakresu nauk społecznych | P6S_UW |
| K_U02 | potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów politycznych | P6S_UW |
| K_U03 | potrafi analizować i łączyć ze sobą różne fakty, problemy i procesy historyczne | P6S_UW |
| K_U04 | potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa dla interpretowania i rozumienia współczesnych zjawisk | P6S_UW |
| K_U05 | dostrzega relacje między mediami a zjawiskami i procesami politycznymi, ekonomicznymi, społecznymi i kulturowymi | P6S_UW |
| K_U06 | potrafi tworzyć podstawowe formy dziennikarskie; zna, rozpoznaje i umie posługiwać się podstawowymi gatunkami dziennikarskimi adekwatnymi do potrzeb; potrafi dokonywać selekcji zdobywanych informacji oraz skonstruować krótkie formy informacyjne (pisemne i ustne), posiada praktyczną umiejętność przygotowania typowych tekstów dziennikarskich i publicystycznych | P6S_UW |
| K_U07 | potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania | P6S_UW |

| | | |
|-------|--|--------|
| | decydujące o funkcjonowaniu mediów masowych krajowych i zagranicznych; umie analizować i planować sposoby projektowania i organizowania produkcji medialnej oraz potrafi wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych | |
| K_U08 | potrafi interpretować regulacje prawne związane z wykonywanym zawodem i specjalnością oraz postępować zgodnie z nimi | P6S_UW |
| K_U09 | potrafi rozstrzygać dylematy zawodowe zgodnie z normami etyki zawodowej, przewiduje skutki swoich działań w prawnym i etycznym aspekcie wykonywania zawodu (dziennikarza, a także specjalisty zakresu produkcji medialnej) | P6S_UW |
| K_U10 | stosując adekwatne narzędzia i wiedzę teoretyczną samodzielnie wyszukuje i weryfikuje informacje oraz właściwie jej wykorzystuje | P6S_UW |
| K_U11 | posiada umiejętności tworzenia prac pisemnych, wypowiedzi ustnych oraz prezentacji multimedialnych | P6S_UK |
| K_U12 | posiada umiejętności sprawnego posługiwania się językiem polskim oraz wybranym językiem obcym w mowie i piśmie na poziomie B2 | P6S_UK |
| K_U13 | potrafi tworzyć skuteczne przekazy medialne w zakresie dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz internetowego, a także w zakresie produkcji medialnej, której wytwory nie służą celom publicystycznym | P6S_UK |
| K_U14 | potrafi posługiwać się nowoczesnymi narzędziami właściwymi dla mediów i zawodów związanych z komunikacją społeczną, potrafi wchodzić w różne role zawodowe związane ze studiowanym kierunkiem | P6S_UO |
| K_U15 | posiada umiejętności prezentowania własnych poglądów i pomysłów, a także przekonywania do nich rozmówców | P6S_UK |
| K_U16 | potrafi korzystać z narzędzi public relations, marketingu politycznego, promocji i reklamy do przekazu medialnego | P6S_UK |
| K_U17 | potrafi pracować w zespole, rozumie swoją w nim rolę | P6S_UO |
| | KOMPETENCJE SPOŁECZNE | |
| K_K01 | zna zakres swojej wiedzy i poziom umiejętności, ma świadomość konieczności ciągłego rozwijania się | P6S_KK |
| K_K02 | jest odpowiednio przygotowany do pracy w zespole, rozumie swoją rolę w grupie zawodowej | P6S_KR |
| K_K03 | jest świadomy problemów etycznych i prawnych dotyczących pozyskiwania, zarządzania i wykorzystywania informacji | P6S_KR |
| K_K04 | jest otwarty na podejmowanie kontaktów społecznych i zawodowych | P6S_KO |

| | | |
|-------|--|--------|
| K_K05 | jest aktywny wobec nowych wyzwań zawodowych, w tym podejmuje działania zmierzające do rozwoju przedsiębiorczości | P6S_KO |
| K_K06 | przestrzega zasad etyki zawodowej i norm współżycia społecznego | P6S_KR |
| K_K07 | jest przygotowany do samodzielnej pracy, powierzone zadania wykonuje starannie i terminowo | P6S_KR |

8. Opis sposobów sprawdzania efektów uczenia się (dla programu) z odniesieniem do konkretnych modułów kształcenia, form zajęć i sprawdzianów

Przedmioty realizowane w czasie trwania studiów kończą się egzaminem lub zaliczeniem z oceną. Tryb, zasady zaliczania, egzaminowania oraz odwołania od oceny proponowanej przez prowadzącego zajęcia określa *Regulamin studiów KPSW*.

Sprawdziany i egzaminy odbywają się w formie ustnej bądź pisemnej. Efekty uczenia się weryfikowane są poprzez oceny formatywne, w trakcie trwania zajęć, oraz oceny podsumowujące na ich zakończenie. Poza testami, kolokwiami, przewidziano realizację projektów, raporty, ocenę prac grupowych, udział w dyskusji, prowadzenie badań i prezentacje studenckie. Opis sposobów sprawdzania efektów uczenia się dla konkretnych modułów/przedmiotów/form zajęć jest wskazany w ich opisie.

Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy stanowią sprawdzian osiągnięcia przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się. Warunkiem przystąpienia do egzaminu dyplomowego jest zaliczenie kursów przewidzianych planem studiów oraz przygotowanie pracy dyplomowej.

Egzamin dyplomowy prowadzony jest w formie ustnej. Obejmuje ogólne zagadnienia teoretyczne z zakresu dyscypliny oraz dotyczy treści zawartych w pracy dyplomowej. Student w oparciu o wiedzę teoretyczną, i praktyczną powinien wykazać się umiejętnością analizy i syntezy zjawisk badanych w pracy dyplomowej, umiejętnością wnioskowania i uogólniania. O końcowej ocenie w dyplomie ukończenia studiów decyduje: ocena pracy dyplomowej, ocena egzaminu i średnia ocen przebiegu studiów.

9. Plan studiów z zaznaczeniem modułów podlegających wyborowi przez studenta

Plan studiów stanowi **Załącznik nr 1, Załącznik nr 2 i Załącznik nr 3** do programu studiów.

10. Sumaryczne wskaźniki charakteryzujące program studiów:

| | |
|---|---|
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich: | 90 |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć z zakresu nauk podstawowych, do których odnoszą się efekty uczenia się dla określonego kierunku, poziomu i profilu kształcenia: | 48/49 |
| Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym, takich jak zajęcia laboratoryjne/ warsztatowe/ praktyki zawodowe: | 100+28 |
| W przypadku programu studiów przyporządkowanego do więcej niż jednej dziedziny – procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z tych dziedzin w łącznej liczbie punktów ECTS | n. społeczne 84,8% n. humanistyczne 15,2 % |

IV. WARUNKI REALIZACJI PROGRAMU STUDIÓW

Ponad 50% godzin programu studiów jest realizowanych przez nauczycieli akademickich, dla których uczelnia stanowi podstawowe miejsce pracy.

V. WYJAŚNIENIA I UZASADNIENIA

1. Sposób wykorzystania wzorców międzynarodowych

Pracownicy i studenci Wydziału uczestniczą w zajęciach w ramach programu Erasmus. Kadra akademicka innych uczelni prowadzi gościnne wykłady i zajęcia dla studentów KPSW. Efekty i doświadczenia nabyte podczas realizacji zadań w ramach wymiany międzynarodowej przenoszone są przez kadrę do praktyki kształcenia na Wydziale.

2. Sposób uwzględniania wyników monitorowania karier absolwentów

Informacje na temat karier absolwentów są istotnym wskaźnikiem zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy. Informacje te wykorzystane są jako przesłanki: korekty zakładanych efektów uczenia się, doskonalenia metod dydaktycznych, uzupełnienia programu studiów o nowe treści.

3. Udokumentowanie – dla studiów stacjonarnych – że co najmniej połowa programu kształcenia jest realizowana w postaci zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich.

Studia stacjonarne obejmują 1920 godzin zajęć dydaktycznych odbywanych w uczelni z udziałem prowadzącego zajęcia. Liczba punktów ECTS uzyskanych za zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego wynosi około 90. Składają się na nią punkty ECTS wynikające z naocznej pracy studenta podczas prowadzonych kursów oraz

punkty ECTS wynikające z przeliczenia dostępnych studentowi godzin konsultacji. Informacja o godzinach konsultacji jest dostępna w zwyczajowo przyjętym miejscu (gabloty obok dziekanatu) oraz na stronie internetowej Wydziału.

4. Udokumentowanie, że program studiów umożliwia studentowi wybór modułów kształcenia w wymiarze nie mniejszym niż 30% ECTS

W łącznej liczbie 180 punktów ECTS :

- 8 pkt ECTS (4,4%) student uzyskuje w ramach modułu podstawowego, na zajęciach z języka obcego, który może wybrać (j. angielski, j. hiszpański, j. niemiecki, j. rosyjski, j. włoski, j. francuski),
- 40 lub 39 pkt ECTS (22,2% lub 21,7%) student uzyskuje na zajęciach do wyboru (profil do wyboru, kierunkowe do wyboru oraz technologia informacyjna lub ECDL),
- 4 pkt ECTS (2,2%) student uzyskuje za zaliczenie seminarium licencjackiego, wybieranego przez studenta zgodnie z zainteresowaniami,
- 28 pkt ECTS (15,6%) student uzyskuje za zaliczenie praktyki, w ramach której wybiera odpowiadającą mu instytucję zgodnie z osobistymi zainteresowaniami.

W sumie 80 lub 79 punktów ECTS (44,4% lub 43,9%) student uzyskuje na zajęciach, które dają możliwość wyboru formy, treści lub/i metod.

5. Sposób współdziałania z interesariuszami zewnętrznymi (np. lista osób spoza Wydziału biorących udział w pracach programowych lub konsultujących program studiów).

Sposób współdziałania z interesariuszami zewnętrznymi określa Uchwała Senatu KPSW nr 3/2013 z dnia 25 lutego 2013 r. w sprawie przyjęcia zmodyfikowanego Wewnętrznego Systemu Zapewniania Jakości Kształcenia. Większość pracowników dydaktycznych zatrudnionych na kierunku posiada doświadczenie zawodowe zdobyte poza uczelnią. Ponadto na kierunku - w ramach możliwości - zatrudniane są osoby spoza uczelni, praktycy, którzy prowadzą zajęcia specjalistyczne dotyczące np. *warsztatu TV, wystąpień przed kamerą, warsztatu DJ-a czy technik eventu.*

Załącznik nr 7 – lista interesariuszy biorących udział w pracach programowych lub konsultujących program studiów na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna.*