

PROGRAM STUDIÓW

Program studiów obowiązuje od roku akademickiego: 2023/2024

1. **KIERUNEK STUDIÓW: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA**
2. **KOD ISCED: 0321 (dziennikarstwo)**
3. **FORMA/FORMY STUDIÓW: STACJONARNE**
4. **LICZBA SEMESTRÓW: 6**
5. **TYTUŁ ZAWODOWY NADAWANY ABSOLWENTOM: LICENCJAT**
6. **PROFIL KSZTAŁCENIA: PRAKTYCZNY**
7. **DZIEDZINA NAUKI: NAUKI SPOŁECZNE**
8. **DYSCYPLINA NAUKOWA** (dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż 1 dyscypliny wskazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa punktów ECTS oraz określa liczbę punktów ECTS dla każdej z przypisanych dyscyplin): **NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH – 180 ECTS**, co stanowi 100 % punktów ECTS.
9. **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 180**
 - 1) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **106**
 - 2) liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% ogólnej liczby punktów ECTS): **101**
 - 3) liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje realizując zajęcia podlegające wyborowi (co najmniej 30% ogólnej liczby punktów ECTS): **87**
10. Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk **humanistycznych** lub nauk społecznych, nie mniejsza niż 5 ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne: **11 z dziedziny nauk humanistycznych**
11. **Łączna liczba godzin zajęć: 4695 – w tym liczba godzin zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: 2780. Liczba godzin zajęć w formie e-learningu – 51 dla studentów wybierających blok przedmiotów DZIENNIKARSTWO W MEDIACH CYFROWYCH, 33 dla pozostałych.**
12. **Koncepcja i cele kształcenia** (w tym opis sylwetki absolwenta):

Podstawowym celem kształcenia na studiach pierwszego stopnia (licencjackich) na kierunku DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA jest przekazanie studentom odpowiedniego zasobu wiedzy oraz kształtowanie umiejętności z zakresu dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Ze względu na specyfikę kierunku i dyscypliny, ściśle powiązanych z innymi dyscyplinami szczegółowymi z dziedziny nauk społecznych i dziedziny nauk humanistycznych, m.in. filozofią, historią, językoznawstwem, literaturoznawstwem, naukami o zarządzaniu, naukami o polityce, socjologią, prawem i etyką, studenci nabywają także umiejętności z tych dyscyplin.

Wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne mają przygotować absolwentów do podejmowania pracy zawodowej przede wszystkim w różnego typu instytucjach medialnych, ale także w różnych sektorach życia publicznego (kulturze, administracji, gospodarce), a także umożliwić im świadome funkcjonowanie w społeczeństwie informacji i wiedzy. Wspomniane cele kształcenia uzasadnione są faktem systematycznego wzrostu roli mediów i informacji we współczesnym świecie. Kształcenie obejmuje, oprócz grupy przedmiotów ogólnouczeniowych i podstawowych/kierunkowych blok przedmiotów specjalnościowych do wyboru przez studenta: dziennikarstwo w mediach cyfrowych, realizacja radiowo-telewizyjna, wizerunek, promocja i reklama. Ze względu na realia rynku jedna z fakultatywnych możliwości (moduł „Komunikowanie w społecznościach lokalnych”) dotyczy wiedzy i umiejętności w zakresie funkcjonowania administracji samorządowej oraz komunikacji społecznej na poziomie regionalnym

i lokalnym. Alternatywą dla tych zajęć jest blok przedmiotów nazwanych ogólnie „Oblicza komunikacji społecznej”. Studenci mogą wybierać także formę pracy dyplomowej. Oprócz tradycyjnej rozprawy teoretycznej mogą przygotować projekt z zakresu PR i reklamy lub portfolio obejmujące opublikowane prace dziennikarskie. Dzięki zróżnicowanym zajęciom realizowanym zarówno przez teoretyków, jak i praktyków mediów, kształtowane są kompetencje związane z mówieniem i pisanem, zarówno podstawowych tekstów informacyjnych, jak i trudniejszych i bardziej rozbudowanych, np. reportażu. Ponadto studenci uczestniczą w zajęciach o charakterze warsztatowym w ramach pracowni: mediów społecznościowych, audiowizualnej, reklamy i public relations, co jest jednoznaczne ze zdobywaniem odpowiednich kwalifikacji.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu dziennikarstwa w mediach cyfrowych poszerza umiejętności wymagane w nowych mediach. Absolwent ma opanowany warsztat dziennikarski, w tym także warsztat fotografa nowych mediów, potrafi korzystać z różnorodnych źródeł informacji, przetwarzać je zgodnie z potrzebami różnych środków przekazu, potrafi przygotować zlecony materiał dziennikarski oraz samodzielnie dobierać tematy i proponować je do realizacji prasowej, potrafi biegle posługiwać się programami edycyjnymi, w podstawowym zakresie opanował projektowanie stron WWW.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu realizacji radiowo-telewizyjnej umożliwia nabycie specyficznych kompetencji w zakresie sztuki autoprezentacji, emisji głosu, umiejętności posługiwania się narzędziami wykorzystywanymi w pracy reportera radiowego i telewizyjnego, przygotowania materiałów dźwiękowych i filmowych.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu wizerunek, promocja i reklama umożliwia wszechstronne przygotowanie absolwentów w zakresie komunikacji interpersonalnej, umiejętności językowych, znajomości zasad etyki i prawa, rozwija umiejętności warsztatowe pozwalające przygotować materiały reklamowe i promocyjne w zależności od potrzeb wynikających ze specyfiki instytucji, dla których są przeznaczone.

Większość zajęć ma charakter praktyczny, a ich efektem są np. audycje radiowe w radiu Fraszka, publikacje na stronie internetowej radia, na której dostępne są materiały tekstowe, dźwiękowe i filmowe. Studenci opracowują także i realizują projekty kampanii reklamowych dla konkretnych firm z regionu. Współpraca z lokalnymi mediami oraz instytucjami działającymi w branży PR i reklamy daje możliwość odbywania w nich praktyk zawodowych i podejmowania staży. Zatrudnieni w Instytucie Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej praktycy zapewniają realizację programu zajęć zgodnie z aktualnymi potrzebami rynku. Dzięki nim także część praktyk może odbywać się w UJK – w Uniwersyteckim Centrum Mediów. Studenci mogą także uczestniczyć w projektach podnoszących kompetencje oraz stażowych, realizowanych w Instytucie przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej, np. NOWE PERSPEKTYWY Rozwoju czy AKCELERATOR ROZWOJU Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Studia przygotowują do pracy w prasie, portalach internetowych, redakcjach radiowych, telewizyjnych, agencjach informacyjnych, wydawnictwach, w instytucjach zajmujących się reklamą, marketingiem, public relations, instytucjach samorządu lokalnego i władz lokalnych, a także instytucjach kultury, podmiotach gospodarczych, usługowych, stowarzyszeniach itp. Absolwenci studiów licencjackich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mogą także podjąć studia drugiego stopnia (magisterskie) na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz na innych kierunkach z zakresu nauk humanistycznych i społecznych.

13. EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Symbole efektów uczenia się dla kierunku	Po ukończeniu studiów absolwent:	Odniesienie efektów uczenia się do:	
		uniwersalnych charakterystyk dla danego poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji (ustawa o ZSK)	charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–7 Polskiej Ramy Kwalifikacji (rozporządzenie MNiSW)
w zakresie WIEDZY			
DKS1P_W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty i zjawiska z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz dostrzega ich związek z praktyczną działalnością medialną i promocyjno-reklamową.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W02	Zna terminologię oraz najważniejsze metody badawcze nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W03	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu subdyscyplin nauk o komunikacji społecznej i mediach: historii mediów i komunikowania, systemów medialnych, genologii mediów, nowych mediów, reklamy i promocji, teorii i pragmatyki dziennikarstwa.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W04	Zna powiązania nauk o komunikacji społecznej i mediach z naukami o polityce i administracji, naukami prawnymi, naukami socjologicznymi, filozofią, historią, językoznawstwem i literaturoznawstwem oraz rozumie możliwości zastosowania tej wiedzy w działalności dziennikarskiej i okołomedialnej.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W05	Zna najważniejsze nurty badawcze w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, zna metody, techniki i narzędzia pozyskiwania danych pozwalające opisywać struktury i instytucje medialne oraz procesy w nich zachodzące.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W06	Ma zaawansowaną wiedzę o gatunkach dziennikarskich, zna i rozumie ich cechy charakterystyczne oraz metody analizy i interpretacji, wykorzystywane w tworzeniu różnych wypowiedzi prasowych.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W07	Zna pojęcia i etyczne zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w związku z podejmowanymi działaniami medialnymi.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W08	Ma zaawansowaną wiedzę o historii oraz doktrynach, dotyczących ewolucji i znaczenia mediów w społeczeństwie.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
DKS1P_W09	Ma wiedzę o znaczeniu instytucji kultury, orientuje się w lokalnym i ogólnopolskim życiu kulturalnym.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
DKS1P_W10	Zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach medialnych, kulturalnych, promocyjno-reklamowych; wie, jak stosować je w praktyce.	P6U_W	P6S_WK

DKS1P_W11	Ma wiedzę o relacjach pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej i odnosi ją do rzeczywistych sytuacji.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W12	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istniejące uwarunkowania prawne, polityczne i ekonomiczne, dotyczące funkcjonowania mediów.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W13	Ma zaawansowaną wiedzę o społecznym odbiorze mediów oraz przyczynach, skali i konsekwencjach zmian w tym zakresie.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI			
DKS1P_U01	Umie odnaleźć potrzebne informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w działalności dziennikarskiej i/lub promocyjno-reklamowej.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U02	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk w obrębie nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U03	Umie samodzielnie opracować prezentację wyników swoich dociekań, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje podjęte zadania związane ze sferą medialną i promocyjno-reklamową.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U04	Potrafi samodzielnie dotrzeć do różnego typu źródeł wiedzy, wykorzystać je podczas realizacji zleconych zadań i rozwiązywania problemów dotyczących działalności medialnej i PR.	P6U_U	P6S_UU
DKS1P_U05	Umie rozpoznać i nazwać typowe gatunki dziennikarskie, potrafi dokonać ich analizy i interpretacji, umiejscowić tekst w kontekście historyczno-kulturowym i/lub społeczno-politycznym oraz samodzielnie przygotować różne wypowiedzi medialne.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U06	Umie zastosować poprawną argumentację oraz przytoczyć poglądy wybranych teoretyków i praktyków komunikacji społecznej i mediów dla wzmocnienia swoich opinii i sądów; umie przedstawić wnioski na podstawie sformułowanych przesłanek.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U07	Potrafi wykorzystać narzędzia i kanały porozumiewania się w kontaktach ze specjalistami w zakresie komunikacji społecznej i mediów; umie świadomie zastosować elementarne strategie komunikacyjne.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U08	Umie opracować i przedstawić w formie pisemnej i/lub ustnej wypowiedzi z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U09	Ma umiejętności w zakresie języka obcego na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U10	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa autorskiego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U11	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej, proponuje w tym zakresie konkretne rozwiązania oraz potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację zaproponowanego przez siebie projektu.	P6U_U	P6S_UK

DKS1P_U12	Posiada umiejętności analizowania danych i wyciągania wniosków w zakresie funkcjonowania mediów w społeczeństwie oraz potrafi je wykorzystać w praktyce dziennikarskiej i/lub promocyjno-reklamowej.	P6U_U	P6S_UW P6S_UO
DKS1P_U13	Dostrzega konieczność kształcenia ustawicznego, wzbogacania swej wiedzy i umiejętności w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej, potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	P6U_U	P6S_UU
DKS1P_U14	Potrafi zaplanować i zorganizować pracę indywidualną oraz grupową nad zleconym projektem, akceptuje konieczność przyjęcia roli zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	P6U_U	P6S_UO
DKS1P_U15	Wykorzystuje poznane elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umożliwiające podejmowanie działań w grupie oraz wygłaszanie wystąpień publicznych.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U16	Posiada umiejętność doboru ćwiczeń i form aktywności fizycznej do poziomu swoich umiejętności sportowych i sprawności fizycznej w celu uczestnictwa w kulturze fizycznej przez całe życie.	P6U_U	P6S_UO P6S_UU
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH			
DKS1P_K01	Potrafi określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania i umie przyporządkować im zakres czynności umożliwiających osiągnięcie zakładanych celów, dostrzega znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów praktycznych.	P6U_K	P6S_KK
DKS1P_K02	Rozpoznaje ewentualne problemy związane ze specyfiką wykonywania zawodu dziennikarza różnych mediów, rzecznika prasowego, pracownika agencji promocyjno-reklamowych i jest gotowy do ich rozwiązywania.	P6U_K	P6S_KR P6S_KK
DKS1P_K03	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości oraz jest otwarty na problemy i potrzeby społeczne, z uwzględnieniem różnych cech i uwarunkowań środowiskowych.	P6U_K	P6S_KO
DKS1P_K04	Uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, wykorzystuje media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym i społecznym.	P6U_K	P6S_KR P6S_KO

14. ZAJĘCIA WRAZ Z PRZYPISANYMI DO NICH PUNKTAMI ECTS, EFEKTAMI UCZENIA SIĘ I TREŚCIAMI PROGRAMOWYMI:

Przedmioty		Minimalna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do efektów uczenia się na kierunku
PRZEDMIOTY KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO:				
1.	Język obcy	9	1. Treści leksykalne: Zagadnienia występujące w ogólnodostępnych i stosowanych na zajęciach podręcznikach na poziomie B2 (np. uniwersytet, przedmiot studiów, wykształcenia, praca, media, technologie, środowisko, zdrowie, żywienie, sport, czas wolny, edukacja, zakupy, podróżowanie, społeczeństwo, kultura, zjawiska społeczne). 2. Treści gramatyczne: Zgodne z sylabusem podręczników przewidzianych dla poziomu B2 dla danego języka i zgodne z wymaganiami Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy 3. Funkcje językowe: Zgodne z sylabusem podręczników dla poziomu B2 i pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym (np. branie czynnego udziału w dyskusjach, wyrażanie emocji oraz wyrażanie swoich opinii, argumentowanie i formułowanie swojego punktu widzenia w formie ustnej i pisemnej, dokonywanie prezentacji).	DKS1P_W02 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K02
2.	Techniki informacyjno-komunikacyjne	1	Podstawy technik informatycznych, przetwarzanie tekstów, arkusze kalkulacyjne, bazy danych, grafika menedżerska i/lub prezentacyjna, usługi w sieciach informatycznych, pozyskiwanie i przetwarzanie informacji. Zdalna praca z dokumentami. Wykorzystanie usługi Google Docs i Microsoft Live do tworzenia dokumentów i udostępniania ich w Internecie. Wykorzystanie aplikacji (Zotero) do zarządzania bibliografią. Integracja aplikacji z edytorami tekstu. Wstawianie przypisów i bibliografii do dokumentów.	DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U13 DKS1P_K02
3.	Ochrona własności przemysłowej i prawa autorskiego	1	Pojęcie własności intelektualnej, omówienie podstawowych aktów prawnych związanych z ochroną własności intelektualnej. Przedmiot i podmiot prawa autorskiego. Autorskie prawa osobiste. Autorskie prawa majątkowe. Umowy. Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych.	DKS1P_W07 DKS1P_U10 DKS1P_K02

			Problemy ochrony praw autorskich i praw pokrewnych związane z Internetem.	
4.	Przedsiębiorczość	1	Przedsiębiorczość indywidualna. Przedsiębiorczość organizacyjna. Intraprzedsiębiorczość. Przedsiębiorczość akademicka. Przedsiębiorczość społeczna. Przedsiębiorstwa rodzinne. Pojęcie, istota i rodzaje innowacji. Innowacje a innowacyjność. Zdolności organizacyjne: dynamiczne i operacyjne.	DKS1P_W04 DKS1P_U11 DKS1P_U14 DKS1P_K03
5.	Wybrane zagadnienia literatury polskiej i powszechnej	3	Współczesne nurty i prądy literatury światowej i polskiej. Przemiany w obrębie literatury na przestrzeni epok literackich. Interpretacja tekstów literackich. Najwybitniejsi nowatorzy prozy XX wieku. Nobliści.	DKS1P_W03 DKS1P_W09 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_K04
6.	Filozofia	2	Zarys historii filozofii – główne kierunki, ich przedstawiciele oraz ich związki z życiem i sposobem myślenia współczesnego człowieka. Główne nurty filozofii współczesnej, jej rola w indywidualnym rozwoju i wyrażaniu własnej tożsamości współczesnego człowieka. Filozofia a inne sfery kultury: filozofia, światopogląd, ideologia; filozofia a nauki szczegółowe; filozofia a religia i sztuka. Podstawowe pytania filozofii: „pięć pytań” (o istnienie, o poznanie, o człowieka, o wartości, o Absolut).	DKS1P_W04 DKS1P_W08 DKS1P_U02 DKS1P_U06 DKS1P_K01
7.	Przedmiot DO WYBORU w zakresie wsparcia w procesie uczenia się	2	Treści dostosowane do potrzeb studentów: – <i>Akademicki savoir-vivre</i> , – <i>Etykieta językowa</i> , – <i>Profilaktyka uzależnień</i> . Każdy student musi wybrać dwa spośród trzech przedmiotów, uzyskując za każdy 1 punkt ECTS.	DKS1P_W10 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K04
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE / KIERUNKOWE				
1.	Agencje informacyjne	3	Definicja, klasyfikacja, funkcje, zasady działania oraz rola agencji informacyjnych w świecie mediów. Narodziny i rozwój agencji prasowych w Europie i Stanach Zjednoczonych w XIX i na pocz. XX w. Polskie agencje prasowe. Przegląd współczesnych agencji informacyjnych. Analiza zawartości prasy polskiej oraz przegląd portali internetowych pod kątem wykorzystywania serwisów agencyjnych.	DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U08

				DKS1P_K01 DKS1P_K03
2.	Analiza zawartości mediów	4	Zagadnienia historyczno-teoretyczne dotyczące wykorzystania analizy zawartości mediów. Procedura badawcza i statystyczne opracowanie wyników badań. Wykorzystanie w badaniach technologii komputerowych. Przykłady badań o charakterze ilościowym i jakościowych (różnice, wady, zalety, zastosowanie). Wykorzystanie analizy zawartości do badania mediów (drukowanych, elektronicznych, internetowych) oraz reklam i materiałów PR-owskich.	DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_U14 DKS1P_K01
3.	Dziennikarskie źródła informacji	2	Zasoby informacji w kraju i na świecie. Internet jako źródło informacji. Sposoby dotarcia do informacji. Korzystanie ze źródeł informacji – obserwacji, wywiadu, dokumentów. Weryfikacja faktów na podstawie różnych źródeł. Etyczne problemy występujące w fazie zbierania materiałów.	DKS1P_W03 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_K02
4.	Etyka dziennikarska	2	Teoretyczna i praktyczna analiza podstawowych standardów określających prawa i obowiązki dziennikarzy. Wolność, prawda, odpowiedzialność, uczciwość, poszanowanie godności. Etyka w kontekście konfliktu interesów między dobrem, którego się broni a dobrem, które się narusza.	DKS1P_W07 DKS1P_W12 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_K02
5.	Copywriting & webwriting	2	Definicje pojęć copywriting i webwriting –różnice, zasady pisania tekstów: na strony www, do SM, reklamowych, promocyjnych, do folderów, ulotek etc. Naming – tworzenie nazw; claimy i hasła reklamowe; press packi – zawartość i zróżnicowanie; zasady pisania doniesień medialnych – prasa, radio, telewizja; storytelling i narracja; persona marketingowa; teksty eksperckie, blogi, wpisy i artykuły sponsorowane.	DKS1P_W03 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02
6.	Grafika komputerowa	2	Grafika rastrowa i modele barw. Narzędzia i sposoby przygotowania grafiki rastrowej do publikacji. Przygotowane zdjęć do publikacji w Internecie i na papierze. Edycja i ekspozycja grafik.	DKS1P_W03 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_K01
7.	Historia mediów	3	Najważniejsze etapy rozwoju mediów masowych (prasy, radia, telewizji, Internetu) na tle ogólnych warunków poszczególnych epok, ze szczególnym uwzględnieniem zmian społecznych, politycznych i technologicznych. Koncepcja prasy. Zasady wolności wypowiedzi. Wybitni dziennikarze różnych epok. Tytuły prasowe i programy radiowo-	DKS1P_W01 DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_U04 DKS1P_U12

			telewizyjne określające nowe tendencje w rozwoju mediów. Rola i wpływ prasy na społeczeństwo polskie. Zmiany technologiczne a zmiany w zawodzie dziennikarskim. Funkcjonowanie cenzury na ziemiach polskich w różnych okresach historycznych.	DKS1P_K01 DKS1P_K02
8.	Historia Polski XX w.	3	Charakterystyka istotnych procesów i faktów związanych z historią narodu i państwa polskiego w odniesieniu do najważniejszych wydarzeń światowych i europejskich w XX wieku. Wojna 1914-1918. Polityka, społeczeństwo i gospodarka 1918-1939. Druga wojna światowa. Faszyzm i komunizm. Rywalizacja systemów społeczno-politycznych. Opozycja polityczna po 1945 roku. Przemiany w Europie po 1989 roku. Podstawowe zjawiska i procesy wpływające na rozwój kultury narodowej.	DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_U06 DKS1P_K01
9.	Język wypowiedzi dziennikarskiej	3	Funkcje aktów komunikacyjnych. Pojęcia stylu i stylistyki, style indywidualne i funkcjonalne. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. Język a inne kody komunikacyjne. Podstawy warsztatu pisarskiego dziennikarza. Gatunki informacyjne i publicystyczne. Informacyjność tekstu dziennikarskiego. Kompozycja, organizacja wypowiedzi dziennikarskiej, jej spójność, logika.	DKS1P_W03 DKS1P_W06 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02
10.	Konwergencja mediów	1	Konwergencja mediów i kultura konwergencji - charakterystyka zjawisk. Medioznawcze zastosowanie terminu konwergencja. Podstawy konwergencji - hipermedia i multimedia. Typy konwergencji: konwergencja technologiczna, rozwiązań, sieciowa, ekonomiczna, korporacyjna, zawartości. Konwergencja a dywergencja mediów. Zastosowanie konwergencji w praktyce w mass mediach i literaturze. Kierunki i metody badań nad konwergencją mediów.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_U02 DKS1P_U13 DKS1P_K04
11.	Nauka o komunikowaniu	4	Nauka o komunikowaniu jako dyscyplina naukowa – powstanie i etapy rozwoju. Status nauki o komunikowaniu masowym – jej multidyscyplinarność, główne ośrodki, instytucje i czasopisma zajmujące się problematyką komunikowania masowego. Komunikowanie jako proces – cechy i elementy. Typy i formy komunikowania. Sposoby porozumiewania się ludzi. Modele komunikacyjne. Główne systemy komunikowania społecznego. Podstawy wiedzy o procesie komunikowania masowego, jego elementach, fazach i najważniejszych uwarunkowaniach.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U13 DKS1P_K01

12.	Nowe media	3	Problemy konwergencji a nowe media. Dziennikarze w blogosferze. Zarys problematyki mediów społecznościowych. Interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie. Bezpieczeństwo w sieci. Nowe zjawiska społeczne generowane przez nowe media. Negatywne zachowania komunikacyjne w nowych mediach Nowe media a etyka.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W13 DKS1P_U07 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K01
13.	Podstawy prawa	2	Zakres teorii państwa i prawa. Pojęcie państwa i jego formy. Demokracja, suwerenność, praworządność. Pojęcie: normy i przepisu prawnego (aktu normatywnego, wykładni, stanowienia i stosowania prawa oraz jego obowiązywania), prawa konstytucyjnego (zasady ustrojowe, kompetencje Sejmu i Senatu, Prezydenta, Rady Ministrów) oraz prawa administracyjnego, karnego i cywilnego.	DKS1P_W04 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_K02
14.	Polski system medialny	4	Normatywne doktryny działania mediów. Współczesny rynek mediów periodycznych w Polsce – system prasowy w strukturze społecznej, transformacja systemu mediów, formy własności prasy w Polsce, czytelnictwo i odbiór. Grupy mediów na polskim rynku prasowym – dzienniki oraz prasa opinii, kobieca i kulturalna. Rynek radiofonii, telewizji i Internetu w Polsce. Zadania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Media publiczne i komercyjne – konkurencja i koegzystencja. Kapitał zagraniczny na polskim rynku mediów.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W11 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_K04
15.	Prawo mediów	3	Prawo mediów. Ustawa prawo prasowe. Ustawa o radiofonii i telewizji. Wolność prasy i jej ograniczenia. Dostęp do informacji publicznej. Rola prasy i dziennikarzy w państwie. Organizacja instytucji prasowych i nadawczych. Prawa i obowiązki dziennikarzy. Odpowiedzialność mediów.	DKS1P_W04 DKS1P_W12 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_K02
16.	Public Relations	3	Public relations jako proces komunikacji z otoczeniem – istota, historia, modele. Fazy procesu public relations – podstawowe techniki. Public relations w sytuacjach kryzysowych. Zarządzanie informacją w sferze publicznej. Działanie państwowych służb informacyjnych (rzecznika rządu), organów samorządowych oraz instytucji komercyjnych w zakresie kształtowania wizerunku instytucji, a zarazem powiadamiania społeczeństwa i wybranych grup społecznych o podejmowanych inicjatywach. Regulacje prawne oraz zasady etyczne kierujących	DKS1P_W01 DKS1P_W12 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12

			działaniami w sferze masowej informacji publicznej. Komunikowanie się z mediami. Wewnętrzny obieg informacji.	DKS1P_K02 DKS1P_K03
17.	Recepcja mediów	3	Miejsce i rola odbiorcy w procesie komunikowania. Uwarunkowania odbioru mediów, cechy przekazów i cechy odbiorców. Metody, techniki i narzędzia badawcze w badaniach recepcji mediów. Polskie Badania Czytelnictwa – metody badań, dobór zbiorowości, typy badań, wskaźniki czytelnictwa, udostępnianie wyników. Badania recepcji mediów audiowizualnych: Radio Track i Nielsen Audience Measurement. Badania Internetu – Polskie Badania Internetu, różnice w stosunku do badań mediów audiowizualnych i papierowych. Użytkownicy mediów.	DKS1P_W05 DKS1P_W08 DKS1P_W12 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_K01
18.	Reklama	3	Historia reklamy od starożytności do współczesności: rozwój metod i technik. Cechy i zadania działalności reklamowej. Terminologia reklamowa, promotion-mix, marketing-mix etc., wzajemne usytuowanie poszczególnych elementów systemu, zadania reklamy w tym systemie. Współczesna reklama: etapy planowania strategii reklamowej i elementy tej strategii. Prawo reklamowe obowiązujące w Polsce i normy ponadnarodowe przez Polskę ratyfikowane. Praktyczna analiza kampanii reklamowych pod kątem zgodności z prawem. Opracowanie planu kampanii reklamowej dla wybranego fikcyjnego produktu.	DKS1P_W01 DKS1P_W03 DKS1P_W07 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U10 DKS1P_U14 DKS1P_K01 DKS1P_K02
19.	Researching	2	Research dziennikarski – geneza, definicja. Metodologia researchu dziennikarskiego – cele i etapy researchu, zbieranie materiałów, selekcja materiałów, opracowanie i wykorzystanie informacji. Metody i techniki researchu dziennikarskiego – obserwacja, wywiad researcherski, technika krążenia, technika układanki, rekonstrukcja zdarzeń, research online.	DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_K02
20.	Retoryka i erystyka	2	Definicja i dzieje retoryki oraz erystyki. Rodzaje retorycznej perswazji (doradczy, osądający, oceniający). Językowe środki perswazyjne. Techniki przekonywania według retoryki klasycznej. Współczesne techniki perswazyjne. Chwyty retoryczne. Konstrukcja tekstu według zaleceń współczesnej retoryki. Kreowanie <i>ethosu</i> mówcy. Rozpoznawanie audytorium, wpływanie na słuchaczy poprzez umiejętne wzbudzenie emocji (<i>pathos</i>). Rodzaje argumentów. Tropy i figury retoryczne. Sztuka dyskusowania. Erystyka w praktyce.	DKS1P_W04 DKS1P_U02 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02

21.	Metody i techniki badań społecznych	2	Podstawowe pojęcia socjologiczne oraz mechanizmy rządzące zbiorowościami ludzkimi. Charakterystyka zmian struktury społecznej po 1989 roku w Polsce. Metody, techniki, narzędzia w badaniach społecznych; organizacja procesu badawczego.	DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U12 DKS1P_K01
22.	Systemy medialne na świecie	4	Systemy komunikowania masowego w wybranych krajach różnych regionów świata. Rynek prasowy, radiowo-telewizyjny, Internet. Normy prawne określające funkcjonowanie środków masowego przekazu. Instytucje samoregulacji – rady prasowe oraz organizacje dziennikarskie w poszczególnych krajach. Procesy koncentracji, komercjalizacji i globalizacji (w produkcji i dystrybucji). Kapitał zagraniczny w narodowych systemach medialnych. Problemy ujednolicenia systemu prawnego w sferze komunikowania masowego.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K04
23.	Sztuka reportażu	2	Powstanie i rozwój reportażu na świecie i w Polsce. Związki między literaturą a publicystyką. Klasyka reportażu polskiego. Praktyczna nauka pisania reportażu. Reportaż społeczno-obyczajowy (interwencyjny), geograficzny, sportowy, wojenny, gospodarczy, kulturalny.	DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_U05 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_K01 DKS1P_K04
24.	Technologie informacyjne mediów	2	Wyszukiwarka Google, dziennikarstwo danych. Systemy zarządzania treścią w prasie i Internecie. Narzędzia do obróbki zdjęć i filmów, do tworzenia infografik i grafik interaktywnych, reportaży interaktywnych. Narzędzia i technologia dziennikarza w erze MOBILE. Narzędzia statystyczne.	DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_K02
25.	Teoria gatunków dziennikarskich	3	Gatunek jako zespół zmieniających się konwencji kompozycyjno-stylistycznych. Typologiczne i historyczne zróżnicowanie gatunków prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych. Zmieniająca się rola nadawcy i podmiotu wypowiedzi. Rola infografiki we współczesnym przekazywaniu prasowym, telewizyjnym i internetowym. Informacja i publicystyka – charakterystyka gatunków. Wyznaczniki gatunkowości i ich przełamywanie – gatunkowe wzorce kanoniczne, alternacyjne i	DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W06 DKS1P_U05 DKS1P_K01 DKS1P_K02

			adaptacyjne. Wzrastająca interaktywność najnowszych gatunków medialnych.	
26.	Warsztat dziennikarski	6	Dziennikarstwo gazetowe, magazynowe, radiowe, telewizyjne, agencyjne i sieciowe (online). Elementy praktyki redakcyjnej. Charakterystyczne cechy realizacji dziennikarskiej w poszczególnych rodzajach mediów. Oddzielanie faktów od komentarza – podstawowa cecha nowoczesnego dziennikarstwa. Zbieranie materiału, weryfikacja zebranego materiału, realizacja wybranych form.	DKS1P_W07 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U05 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03
27.	Współczesne systemy polityczne na świecie	2	Pojęcie i elementy systemu politycznego. Charakterystyka podstawowych typów systemów politycznych na świecie. Systemy wyborcze. Typologia reżimów politycznych. Struktura i funkcje parlamentu. Partie polityczne w systemie politycznym. Analiza systemów politycznych wybranych państw.	DKS1P_W04 DKS1P_W11 DKS1P_W12 DKS1P_U02 DKS1P_U11 DKS1P_K01
28.	Współczesny język polski	3	Zróżnicowanie współczesnego języka polskiego. Tendencje rozwojowe; europeizacja i amerykańizacja w polskiej kulturze i języku. zasady pisowni polskiej. Podstawowe pojęcia kultury języka: system językowy, norma, uzus, innowacja językowa, błąd językowy; manipulacja językowa. Wybrane zagadnienia z fleksji i słowotwórstwa języka polskiego. Szyk wyrazów w zdaniu; zdania pojedyncze i złożone. Leksykalne mody współczesnej polszczyzny; wyrazy modne i szablony językowe; neologizmy i zapożyczenia; wulgaryzmy i eufemizmy; frazeologizmy; potoczny język polski. Odmiana mówiona i pisana języka.	DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U13 DKS1P_K02
29.	Współczesny polski system polityczny	2	Podstawowe zasady polskiego systemu politycznego: konstytucja, funkcjonowanie organów władzy publicznej (ustawodawczej, wykonawczej, sądowniczej) – funkcje, zadania, rola. Współczesny polski system partyjny – struktura i podstawowe orientacje ideowe.	DKS1P_W04 DKS1P_W11 DKS1P_U02 DKS1P_U10

				DKS1P_U11 DKS1P_K01
30.	Wstęp do nauki o mediach	1	Definicje i typologie mediów. Kryteria podziału. Charakterystyka mediów na podstawie wybranych kryteriów. Media tradycyjne i nowe media. Przegląd współczesnych mediów.	DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_K04
31.	Wykład monograficzny 1 DO WYBORU	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. – <i>Prasa kobieca</i> : charakterystyka, funkcje, zmiany na rynku. – <i>Gry wideo w mediach</i> – rola gier we współczesnej kulturze popularnej, zasady funkcjonowania mediów traktujących o grach cyfrowych, najważniejsze zjawiska związane z grami w mediach.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W09 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U09 DKS1P_K01 DKS1P_K04
32.	Wykład monograficzny 2 DO WYBORU	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. – <i>Celebryci</i> : funkcjonowanie celebrytów w mediach, funkcjonowanie mediów poświęconych celebrytom, aspekty systemowe, prawne jak i kulturowe zjawiska celebrytizmu. – „Za” lub „przeciw”- kampanie propagandowe na łamach prasy polskiej w okresie PRL: geneza, przebieg oraz znaczenie najważniejszych kampanii prasowych okresu PRL, tj. kampania na rzecz przodownictwa pracy, 70. rocznica urodzin J. Stalina, Milenium, kampania marcowa: – <i>Prasa medyczna XIX-XXI wieku. Informacje medyczne w sieci</i> : ogólna charakterystyka prasy specjalistycznej; powstawanie czasopism medycznych na świecie; początki i rozwój polskiego czasopiśmiennictwa medycznego; współczesne polskie pisma medyczne; zmierzch tradycyjnej prasy i rozwój portali medycznych dla lekarzy i pacjentów.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W09 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_K01 DKS1P_K04
BLOK DYPLOMOWY:				

1.	Proseminarium	2	Struktura pracy dyplomowej. Najważniejsze źródła informacji bibliograficznej. Sporządzanie opisów bibliograficznych różnego typu publikacji drukowanych i dokumentów elektronicznych. Zasady redagowania przypisów i bibliografii załącznikowej. Przygotowanie samodzielnego tekstu opatrzonego aparatem naukowym.	DKS1P_W02 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_K01
2.	Seminarium dyplomowe (w tym przygotowanie pracy) – DO WYBORU. Oprócz tradycyjnej rozprawy teoretycznej student może przygotować projekt z zakresu PR i reklamy lub portfolio obejmujące opublikowane prace dziennikarskie; seminarium uzupełnia wtedy pracownia dyplomowa.	17	Wymogi formalne i merytoryczne stawiane pracom dyplomowym w wybranej formie. Kryteria oceny egzaminu dyplomowego. Wybór tematu pracy oraz omówienie sposobu jej tworzenia. Sposoby korzystania z naukowych baz danych związanych z daną dyscypliną naukową. Metody opracowywania wyników badań własnych, projektów lub podbudowy teoretycznej do portfolio. Indywidualne konsultacje związane z doбором i układem treści, poprawnością językową i stylistyczną, korektą merytoryczną i formalną.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W07 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U09 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K04
BLOKI SPECJALNOŚCIOWE – DO WYBORU:				
1a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Dziennikarstwo w mediach cyfrowych	23	Informacja agencyjna i prasowa Pracownia mediów społecznościowych Warsztat dziennikarza nowych mediów Warsztat fotografa nowych mediów Systemy zarządzania treścią (CMS) Podstawy projektowania stron WWW Internetowe gatunki dziennikarskie	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_W12

				DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
1b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Realizacja radiowo-telewizyjna	23	Radiowe i telewizyjne gatunki dziennikarskie Sztuka autoprezentacji Dokument i publicystyka audiowizualna Emisja głosu Pracownia audiowizualna Warsztat radiowo-telewizyjny Realizacja dźwięku	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W10 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13

				DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
1c.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Wizerunek, promocja i reklama	23	Językowe kształtowanie wizerunku Komunikacja interpersonalna Psychologia reklamy i PR Pracownia reklamy i PR Prawo i etyka reklamy PR w instytucjach biznesowych i życia publicznego Warsztat specjalizacyjny	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
BLOKI PRZEDMIOTÓW FAKULTATYWNYCH – DO WYBORU				
2a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Oblicza komunikacji społecznej	8	Komunikacja wizualna Kultura popularna Gry wideo jako forma komunikacji społecznej	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03

			Komunikacja literacka	DKS1P_W04 DKS1P_W06 DKS1P_W09 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U10 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K03 DKS1P_K04
2b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Komunikowanie w społecznościach lokalnych	8	Instytucje życia publicznego na szczeblu lokalnym Źródła informacji lokalnej i regionalnej Media w procesie komunikacji lokalnej Kultura regionu	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W09 DKS1P_W11 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U10 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K02

				DKS1P_K03 DKS1P_K04
3.	Język polski – lektorat dla obcokrajowców (Studenci uzyskują dodatkowe punkty ECTS)	4	W ramach przedmiotu realizowane będą treści dotyczące nauczania języka polskiego (lektorat), w treści nauczania włączono zagadnienia związane z polską kulturą (filmem, teatrem), historią i tradycją. W obrębie przedmiotu będą też realizowane zagadnienia związane z kształceniem umiejętności sprawnego pisania. <u>1. Treści leksykalne:</u> Zagadnienia, które występują w stosowanych na zajęciach podręcznikach na poziomie B2 (np. szkoła i studia; moda i uroda, praca, rynek pracy; sklepy, handel, konsumpcja; Polska od kuchni; urzędy i usługi, słownictwo ekonomiczne; życie polityczne w Polsce; leksyka dotycząca przyrody i środowiska; kultura; religia i wiara). <u>2. Treści gramatyczne:</u> Zgodne z sylabusem podręczników przewidzianych dla poziomu B2 dla danego języka i zgodne z wymaganiami Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. <u>3. Funkcje językowe:</u> Zgodne z sylabusem podręczników dla poziomu B2 i pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym (np. branie czynnego udziału w dyskusjach, wyrażanie emocji oraz wyrażanie swoich opinii, argumentowanie i formułowanie swojego punktu widzenia w formie ustnej i pisemnej, dokonywanie prezentacji).	
	PRAKTYKI (wymiar, zasady i forma): 780 godzin praktyk (6 miesięcy), w tym 750 realizowanych przy udziale opiekuna (kontaktowych). 150 godzin praktyk w Uniwersyteckim Centrum Mediów (tzw. wewnętrznych) i 600 godzin zewnętrznych w instytucjach mediowych, agencjach promocyjno-reklamowych. Zaliczenie praktyk odbywa się w semestrach IV, V i VI. Praktyki powiązane są z wybranymi blokami przedmiotów DO WYBORU, liczba ich godzin i uzyskane punkty ECTS włączane są zatem do liczby godzin i ECTS do wyboru.	26	Nawiązywanie współpracy z redakcjami. Specyfika pracy radia/telewizji/redakcji prasowej, agencji reklamowej. Struktura i organizacja pracy w poszczególnych instytucjach medialnych. Uczestniczenie w procesie tworzenia gazety, audycji radiowej, dziennika telewizyjnego, przekazu PR, materiału reklamowego. Praca nad materiałem własnym i/lub zleconym, np. reportaż interwencyjny. Praca z kamerą/magnetofonem, próby nagrywania wypowiedzi. Gatunki dziennikarskie w pracy dziennikarza prasowego, radiowego i telewizyjnego. Projekt strategii promocji/kampanii wizerunkowej firmy, marki, osoby lub instytucji. Wykorzystanie różnorodnych narzędzi, kanałów dystrybucji informacji oraz sposobów realizacji proponowanych działań. Bezpośrednie działania promocyjne/reklamowe w różnych instytucjach, agencjach.	DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14

			DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
razem	180 (184)		

Studentów obowiązuje szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia, w wymiarze nie mniejszym niż 4 godziny, w zakresie uwzględniającym specyfikę kształcenia w uczelni i rodzaj wyposażenia technicznego wykorzystywanego w procesie kształcenia.

Studentów obowiązuje szkolenie biblioteczne w wymiarze 2 godzin.

Studentów obowiązuje szkolenie z zakresu pierwszej pomocy przedmedycznej w wymiarze 4 godzin.

Studentów obowiązują zajęcia z wychowania fizycznego w wymiarze 60 godzin.

15. **SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA:**

Procedury zapewniające jakość kształcenia opierają się na wytycznych zawartych w Uchwale nr 84/2017 Senatu UJK w Kielcach z dnia 28.09.2017 w sprawie Wewnętrznego Systemu Zapewniania Jakości Kształcenia. Kierunkowe efekty uczenia się, opracowane dla kierunku DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA pierwszego stopnia, realizowane są na poszczególnych przedmiotach poprzez efekty szczegółowe. Kierunkowy Zespół ds. Jakości Kształcenia systematycznie monitoruje zgodność efektów szczegółowych z kierunkowymi.

Weryfikacja i ocena efektów uczenia się osiąganym przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia odbywa się poprzez:

- 1) **Proces dyplomowania** – tematy prac dyplomowych opiniowane są przez KZJK, Wydziałową Komisję ds. Kształcenia i zatwierdzane przez Radę Wydziału, a same prace oceniane są przez promotora i recenzenta. Dotyczy to obydwu ścieżek dyplomowania, tj. zarówno tradycyjnej rozprawy teoretycznej, jak i projektu z zakresu PR i reklamy lub portfolio, obejmującego opublikowane prace dziennikarskie. Projekt kampanii promocyjnej lub reklamowej oceniany jest dodatkowo przez praktyka.
- 2) **Praktyki studenckie** – efekty uczenia się uzyskiwane przez praktyki są bardzo ważnym elementem koncepcji kształcenia; praktyki pozwalają zweryfikować efekty osiągnięte na innych przedmiotach i wzmocnić nabywane umiejętności. Weryfikacja efektów następuje zgodnie z kryteriami zawartymi w karcie przedmiotu.
- 3) **Wymianę międzynarodową studentów** – uzyskiwanie od studentów informacji dotyczącej posiadanej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w kontekście pobytu w uczelni partnerskiej
- 4) **Oceny osiągniętych efektów uczenia się** dokonywane przez studentów kończących studia. Ich opinie poddawane są wnikliwej analizie, a wnioski uwzględniane przy modyfikacji sposobów prowadzenia zajęć w kolejnych latach.
- 5) **Badanie losów absolwentów** – poprzez uzyskiwanie informacji o przydatności na rynku pracy zdobytej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.
- 6) **Badanie opinii pracodawców** – opiniowanie przez pracodawców programów studiów, w tym zakładanych efektów uczenia się i metod ich weryfikowania, szczególnie dotyczących kształcenia praktycznego.

Weryfikacja i ocena efektów uczenia się osiąganym przez studenta odbywa się także na bieżąco, w każdym semestrze poprzez:

- 1) Egzaminy z przedmiotów, dla których przewidziana jest taka forma zaliczenia. Forma egzaminu: ustna, pisemna, testowa lub praktyczna określana jest przez prowadzącego wykład i zawarta w karcie przedmiotu.
 - a. Egzamin ustny powinien być przeprowadzany w obecności innych studentów lub pracowników,

- b. Egzamin pisemny może być organizowany w formie testowej lub opisowej. Egzamin przeprowadza się w sali dydaktycznej, w której jest możliwe właściwe rozlokowanie studentów, zapewniające komfort pracy i jej samodzielność. Prowadzący egzamin ma prawo przerwać lub unieważnić egzamin w sytuacji, gdy praca studenta nie jest samodzielna (student korzysta z niedopuszczonych materiałów, urządzeń i z pomocy innych osób).
- 2) Zaliczenia z oceną zajęć obowiązkowych, dla których nie przewidziano egzaminu (ćwiczenia, laboratoria, warsztaty, praktyki); wykłady, które nie kończą się egzaminem także objęte są zaliczeniem z oceną.
 - 3) Ocenę wyników sesji egzaminacyjnej; po każdym semestrze analizowane są wyniki nauczania i problemy występujące w procesie dydaktycznym.
 - 4) Okresową ocenę zajęć dokonywaną przez studentów; każdorazowo jej wyniki są omawiane na zebraniach pracowników Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, a uwagi szczegółowe dotyczące konkretnych pracowników w bezpośrednich rozmowach.
 - 5) Hospitacje zajęć pracowników dokonywane przez członków KZJK oraz kierowników zakładów.
 - 6) Ścisłą współpracę pracowników realizujących różne formy zajęć w ramach danego przedmiotu, bloku zajęć.
 - 7) Systematyczną kontrolę efektów uczenia się w postaci prac etapowych, tj. prac pisemnych, kolokwii, referatów, projektów własnych studentów (wyniki kontroli udostępniane są studentom i szczegółowo omawiane na zajęciach i konsultacjach).

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe określa karta przedmiotu. Prowadzący przedmiot określa efekty przedmiotowe oraz sposób ich weryfikacji, które umieszcza w karcie przedmiotu przedstawianej studentom na początku semestru. Podstawą oceny realizacji przedmiotowych efektów uczenia się są na kierunku *Dziennikarstwo i komunikacja społeczna*: kolokwia, sprawdziany, prace zaliczeniowe pisemne lub prezentacje multimedialne, zaliczenia ustne, projekty, na podstawie których student otrzymuje zaliczenie z oceną, oraz egzaminy ustne lub pisemne odnoszące się do treści zawartych w kartach przedmiotów. Za kształcenie językowe, w tym weryfikację osiągnięcia zaplanowanych efektów (egzaminy na poziomie B2) odpowiedzialne jest Międzywydziałowe Studium Języków Obcych, które również opracowuje karty przedmiotu.

Wszystkie formy weryfikacji osiągnięć studenta uzyskanych w ramach zajęć w danym semestrze odnotowuje się w kartach okresowych osiągnięć studenta.