

## PROGRAM STUDIÓW

Program studiów obowiązuje od roku akademickiego: 2023/2024

1. **KIERUNEK STUDIÓW: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA**
2. **KOD ISCED: 0321 (dziennikarstwo)**
3. **FORMA STUDIÓW: STACJONARNE**
4. **LICZBA SEMESTRÓW: 4**
5. **TYTUŁ ZAWODOWY NADAWANY ABSOLWENTOM: MAGISTER**
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 – 120 ECTS**, co stanowi 100 % punktów ECTS.
9. **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 120**
  - 1) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **65**
  - 2) liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% ogólnej liczby punktów ECTS): **68**
  - 3) liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje realizując zajęcia podlegające wyborowi (co najmniej 30% ogólnej liczby punktów ECTS): **58**
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: **9**
11. **Łączna liczba godzin zajęć: 3065** - w tym liczba godzin zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: 1655. Liczba godzin zajęć w formie e-learningu – 32.
12. **Koncepcja i cele kształcenia** (w tym opis sylwetki absolwenta):

Podstawowym celem kształcenia na studiach magisterskich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest przekazanie studentom poszerzonej wiedzy oraz 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. historią, językoznawstwem, literaturoznawstwem, naukami o zarządzaniu, naukami o polityce, socjologią, psychologią, 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) oraz 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 grupę przedmiotów ogólnouczelnianych, podstawowych/kierunkowych oraz bloki przedmiotów do wyboru przez studenta (specjalnościowe): Digital Expert oraz PR Manager. Stanowią one uzupełnienie wiedzy ogólnej z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz umiejętności dziennikarskich o problematykę szczegółową, pozwalającą zdobyć dodatkowe umiejętności i kompetencje. Ofertę kształcenia poszerzają jeszcze moduły fakultatywne – współczesny język i kultura oraz mediatyzacja sfery publicznej.

Dzięki zróżnicowanym zajęciom, realizowanym zarówno przez teoretyków, jak i praktyków mediów, poszerzane są dziennikarskie umiejętności warsztatowe, m.in. korzystanie z różnorodnych źródeł informacji, przetwarzanie ich zgodnie z potrzebami różnych środków przekazu, przygotowanie zleconych materiałów dziennikarskich oraz samodzielny dobór tematów i proponowanie ich do realizacji prasowej. Studenci poszerzają też kompetencje związane z mówieniem i pisanem – zwłaszcza tekstów trudniejszych i bardziej rozbudowanych (reportaż, felieton, komentarz itp.) oraz pracą z mikrofonem i kamerą. Kształcenie ma wymiar przede wszystkim praktyczny, pozwalający nabyć umiejętności przydatne na szeroko rozumianym rynku medialnym i okołomedialnym. 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 m.in. przygotowują i realizują projekty kampanii reklamowych dla konkretnych firm z regionu. Studenci mogą także uczestniczyć w projektach podnoszących kompetencje oraz stażowych, realizowanych w Instytucie przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej, np. NOWE PERPEKTYWY ROZWOJU czy AKCELERATOR ROZWOJU Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.

W zależności od wybranego bloku specjalnościowego, absolwenci znają aktualne trendy w mediach cyfrowych, potrafią stworzyć scenariusz, koncepcję i zrealizować materiał audio i video w zależności od jego formy, przygotować i zrealizować audycję “na żywo” w studiu radiowym i telewizyjnym lub nabywają specyficzne umiejętności i kompetencje w zakresie planowania i realizowania działalności promocyjnej i reklamowej, analizowania social media, organizowania eventów, zarządzania projektami. Absolwenci studiów magisterskich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są przygotowani 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, firmach reklamowych, marketingowych, PR, w tym także na stanowiskach zarządczych. Posiadają praktyczne umiejętności wymagane w pracy związanej z mediami, promocją i reklamą. Mogą także podjąć studia trzeciego stopnia w Szkole Doktorskiej w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz w innych dyscyplinach z zakresu nauk społecznych i humanistycznych.

### 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
<b>w zakresie WIEDZY</b>			
DKS2P_W01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty i zjawiska z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, ich specyfikę oraz metody i teorie wyjaśniające zależności między nimi.	P7U_W	P7S_WG
DKS2P_W02	Wie, w jaki sposób poszerzać zasób terminologiczny obejmujący nauki społeczne i humanistyczne (w zależności od potrzeb) oraz jak wykorzystać go podczas podejmowanych zadań związanych z działaniami naukowymi i praktycznymi.	P7U_W	P7S_WG
DKS2P_W03	Ma pogłębioną wiedzę szczegółową właściwą dla subdyscyplin nauk o komunikacji społecznej i mediach: teorii komunikowania, mediach elektronicznych, nowych mediach, mediach lokalnych,	P7U_W	P7S_WG

	komunikowaniu międzynarodowym i międzykulturowym, zarządzaniu i ekonomice mediów, społecznym i kulturowym oddziaływaniu mediów oraz wie, jak ją wykorzystać w teorii i praktyce.		
DKS2P_W04	Ma pogłębioną wiedzę o powiązaniach nauk o komunikacji społecznej i mediach z historią, psychologią, socjologią, literaturoznawstwem, językoznawstwem, naukami o zarządzaniu i jakości, naukami o polityce, ekonomią i prawem oraz wie, jak tę wiedzę zastosować w działalności medialnej i okołomedialnej.	P7U_W	P7S_WG
DKS2P_W05	Zna i rozumie zaawansowane metody analizy, interpretacji i wartościowania przekazów medialnych oraz innych wytworów kultury, reprezentatywne dla metodologii nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P7U_W	P7S_WG
DKS2P_W06	Zna kluczowe pojęcia i etyczne zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego, rozumie teksty zawierające te pojęcia, dostrzega konieczność poszanowania własności intelektualnej podczas przygotowywania publikacji medialnych, promocyjnych i reklamowych.	P7U_W	P7S_WK
DKS2P_W07	Rozumie złożone aspekty funkcjonowania języka jako narzędzia komunikacji międzyludzkiej, ma pogłębioną wiedzę na temat warunków skutecznej komunikacji werbalnej i niewerbalnej w przekazach medialnych oraz wie, jak ją zastosować w praktyce dziennikarskiej i okołomedialnej.	P7U_W	P7S_WG
DKS2P_W08	Ma uporządkowaną wiedzę o znaczeniu instytucji kultury, umożliwiającą uczestnictwo w ich działalności, analizę ich oferty oraz proponowanie zmian w tym zakresie; orientuje się w lokalnym i ogólnopolskim życiu kulturalnym.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
DKS2P_W09	Ma rozszerzoną wiedzę o rodzajach struktur i instytucji społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem instytucji medialnych i okołomedialnych oraz roli mediów i informacji we współczesnym świecie.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
DKS2P_W10	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową o wybranych elementach systemu medialnego i jego otoczenia społeczno-politycznego, gospodarczego, kulturowego i wzajemnych relacjach zachodzących pomiędzy nimi oraz ich uwarunkowaniach i skutkach.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
DKS2P_W11	Ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych systemów norm i reguł prawnych, organizacyjnych, ekonomicznych i etycznych regulujących funkcjonowanie instytucji medialnych i okołomedialnych.	P7U_W	P7S_WK
DKS2P_W12	Ma pogłębioną wiedzę o procesach zmian w sferze mediów i komunikacji społecznej w obrębie społeczeństwa, o prawidłowościach, przebiegu i konsekwencji tych zmian dla twórców i odbiorców mediów.	P7U_W	P7S_WK
<b>w zakresie UMIEJĘTNOŚCI</b>			
DKS2P_U01	Potrąfi wyszukiwać, analizować, selekcjonować, krytycznie oceniać i łączyć informacje z wybranych dziedzin i na ich podstawie przygotować własne wypowiedzi.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U02	W sposób uporządkowany i systematyczny korzysta z technologii informacyjnej, multimediów i zasobów Internetu, poprawnie opracowuje i ocenia informacje tam zawarte oraz upowszechnia je w różnych formach wśród odbiorców.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U03	Potrąfi samodzielnie rozwijać własne zdolności i nabyte w toku studiów umiejętności oraz podjąć działania w celu znalezienia swego miejsca na współczesnym rynku pracy.	P7U_U	P7S_UU

DKS2P_U04	Potrafi na podstawie wybranych źródeł przygotować zleczone materiały dziennikarskie i/lub promocyjno-reklamowe oraz samodzielnie dobierać tematy i proponować je do realizacji.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U05	Posiada umiejętność integrowania wiedzy z różnych dyscyplin nauk społecznych i humanistycznych oraz wykorzystywać je w praktyce.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U06	Umie określić i prognozować zakres i zasięg społecznego oddziaływania mediów, w tym także przygotowanych przez siebie materiałów dziennikarskich i promocyjno-reklamowych.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U07	Umie zastosować złożoną argumentację, poprawną pod względem merytorycznym i retorycznym, w ustnych i pisemnych pracach dotyczących nauk o komunikacji społecznej i mediach, potrafi trafnie cytować poglądy badaczy dla wzmocnienia swoich opinii i sądów, umie przedstawić wnioski na podstawie sformułowanych przesłanek.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U08	Potrafi sformułować krytyczne opinie o wytworach kultury, wykorzystując źródła naukowe oraz własną wiedzę, potrafi opracować swój sąd w różnych formach i przygotować go do publikacji w różnych rodzajach mediów.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U09	Potrafi samodzielnie porozumiewać się ze specjalistami z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz pokrewnych dyscyplin naukowych, wykorzystując różne łącza i techniki komunikacyjne w języku polskim i obcym, wykorzystując przy tym specjalistyczną terminologię.	P7U_U	P7S_UK
DKS2P_U10	Umie opracować i przedstawić bardziej złożone prace pisemne i wypowiedzi ustne właściwe dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, podczas ich przygotowywania sprawnie potrafi posłużyć się poznanymi ujęciami teoretycznymi i ścieżkami metodologicznymi.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U11	Ma umiejętności językowe pozwalające na wypowiedzianie się na temat nauk o komunikacji społecznej i mediach zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P7U_U	P7S_UK
DKS2P_U12	Sprawnie posługuje się systemami normatywnymi (prawnymi, etycznymi, zawodowymi) w celu rozwiązania konkretnych problemów związanych z pracą w instytucjach medialnych oraz różnych sektorach życia publicznego.	P7U_U	P7S_UW
DKS2P_U13	Samodzielnie proponuje rozwiązania problemów związanych z realizacją skomplikowanych zadań dziennikarskich i/lub promocyjno-reklamowych; w świadomy i ukierunkowany sposób podnosi swoje kwalifikacje poprzez samokształcenie oraz potrafi zachęcić do samokształcenia innych i pomóc im w jego organizacji.	P7U_U	P7S_UU
DKS2P_U14	Jest świadomy konieczności współdziałania i pracy w grupie podczas zajęć na terenie uczelni oraz poza nią, wykazuje się przy tym inicjatywą i przedsiębiorczością, potrafi także pokierować zespołem.	P7U_U	P7S_UO
<b>w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH</b>			
DKS2P_K01	Krytycznie ocenia odbierane treści w odniesieniu do studiowanej dyscypliny oraz dostrzega znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	P7U_K	P7S_KK
DKS2P_K02	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości, wykazuje się empatią i tolerancją wobec poglądów i postaw determinowanych różnymi czynnikami, np. kulturowymi czy etnicznymi.	P7U_K	P7S_KO

DKS2P_K03	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania i umie przyporządkować im zakres czynności umożliwiających osiągnięcie zakładanych celów z zachowaniem zasad deontologii dziennikarskiej i odpowiedzialności społecznej.	P7U_K	P7S_KR
DKS2P_K04	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane ze specyfiką wykonywania przyszłego zawodu i jest przygotowany do ich rozwiązywania w zgodzie z interesem publicznym.	P7U_K	P7S_KR
DKS2P_K05	Bierze aktywny udział w życiu kulturalnym społeczności lokalnej i pozalokalne, interesuje się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego, nowymi zjawiskami w sztuce i krytycznie je ocenia.	P7U_K	P7S_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
<b>PRZEDMIOTY KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO:</b>			
1.	Język obcy	<p><b>3</b></p> <p><b>Treści programowe:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Słownictwo specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku studiów</li> <li>• Język funkcyjny: <ul style="list-style-type: none"> <li>- dyskusje</li> <li>- interpretacje danych statystycznych, wykresów</li> <li>- prezentacje, np.: artykułów, wyników badań</li> </ul> </li> <li>• Streszczenia publikacji, pracy dyplomowej, artykułów specjalistycznych lub inne prace pisemne właściwe dla studiowanego kierunku studiów</li> <li>• Elementy tłumaczenia</li> </ul> <p><b>Treści gramatyczne:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Powtórzenie i ugruntowanie najważniejszych zagadnień gramatycznych (praktycznie i specjalistycznie uwarunkowanych).</li> </ul> <p><b>Funkcje językowe:</b></p> <p>Pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym, wyrażanie opinii, argumentowanie, wykonywanie streszczeń publikacji specjalistycznych właściwych dla studiowanego kierunku, dokonywanie prezentacji.</p>	DKS2P_W02 DKS2P_W07 DKS2P_U07 DKS2P_U11 DKS2P_U13 DKS2P_K01
2.	Literatura współczesna	<p><b>3</b></p> <p>Przemiany zachodzące na rynku wydawniczym i przenikanie zjawisk rozwijających się na gruncie europejskim oraz światowym. Wpływ wydarzeń historycznych końca XX wieku na życie literackie w Polsce. Wpływ transformacji ustrojowej na sposób funkcjonowania pisarzy w kulturze. Późna twórczość tzw. starych mistrzów. Przemiany w zakresie gatunków literackich we współczesnej literaturze polskiej i powszechnej, wybitni przedstawiciele i ich dzieła.</p>	DKS2P_W05 DKS2P_W08 DKS2P_U07 DKS2P_U10 DKS2P_U14 DKS2P_K05
3.	Główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI wieku	<p><b>3</b></p> <p>Kierunki i zjawiska w kulturze. Prezentacja osobowości twórców i dzieł, które najpełniej odzwierciedlają przemiany duchowe i społeczne w XX wieku. Kontrowersyjne zjawiska w kulturze światowej i polskiej. Kultura jako przekaz i informacja. Prawda obiektywna dzieła. Wielcy twórcy – dziennikarze. Wpływ mediów na kulturę i odwrotnie. Obraz mediów w kulturze.</p>	DKS2P_W08 DKS2P_W10 DKS2P_U01 DKS2P_U06 DKS2P_U08 DKS2P_K05

4.	Przedmiot do wyboru w zakresie wsparcia w procesie uczenia się	1	Treści dostosowane do potrzeb studentów, np. <i>Radzenie sobie ze stresem, Język łaciński w kulturze współczesnej</i>	DKS2P_W11 DKS2P_U03 DKS2P_U13 DKS2P_K02
<b>PRZEDMIOTY PODSTAWOWE / KIERUNKOWE</b>				
1.	Analiza dyskursu medialnego	2	Dyskurs we współczesnej humanistyce. Dyskurs publiczny a dyskurs medialny. Jakościowe analizy dyskursu medialnego – kulturowe uwarunkowania i ograniczenia. Dyskurs medialny jako struktura i proces. Czas i przestrzeń w dyskursie audiowizualnym. Wielo i różnorodność narracji w dyskursie medialnym. Interaktywny wymiar dyskursu medialnego. Strategie nadania i odbioru – dynamika i zmienność ról uczestników dyskursu. Analiza charakterystycznych przykładów współczesnego dyskursu medialnego w Polsce.	DKS2P_W05 DKS2P_W07 DKS2P_U01 DKS2P_U07 DKS2P_U10 DKS2P_K01
2.	Dziennikarstwo cyfrowe	3	Pojęcia związane z dziennikarstwem elektronicznym. Internetowe formy dziennikarskie: formy bazodanowe, artykuły multimedialne. Przykłady dziennikarstwa elektronicznego. Metody zapobiegania elektronicznemu śledzeniu pracy dziennikarza. Szyfrowanie komunikacji, identyfikowanie i usuwanie metadanych. Stosowanie sieci TOR, VPN. Tworzenie baz danych i ich udostępnianie w Internecie. Praca z serwisami internetowymi umożliwiającymi publikowanie map, wykresów, linii czasowych na WWW. Wybór właściwej formy prezentacji danych.	DKS2P_W02 DKS2P_W06 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U13 DKS2P_K03
3.	Komunikowanie międzynarodowe i kulturowe	3	Pojęcie i zakres komunikowania międzynarodowego. Narzędzia i formy komunikowania międzynarodowego. Problemy swobodnego przepływu informacji. Ład w informacji i komunikowaniu w skali globalnej. Analiza podstawowych dokumentów dotyczących komunikowania międzynarodowego. Komunikowanie międzykulturowe jako dziedzina nauki – podstawowe podejścia badawcze. Kultura, komunikacja, charakter społeczny. Kultura jako źródło barier w komunikacji międzykulturowej. Typologie kultur. Różnice kulturowe.	DKS2P_W02 DKS2P_W03 DKS2P_W07 DKS2P_U05 DKS2P_U07 DKS2P_K01 DKS2P_K02
4.	Konwersatorium medioznawcze	3	Na zajęciach studenci dyskutują o bieżących problemach współczesnych mediów. Identyfikują źródła ich powstawania. Rola prowadzącego - wybór najaktualniejszych dylematów poruszanych w wiodących periodykach naukowych i branżowych, tj.: konwergencja cyfrowa, gatunkowa, technologiczna, dziennikarstwo obywatelskie, media społecznościowe i ich wpływ na komunikację społeczną, fake news, postprawda, fakecheck itp.	DKS2P_W05 DKS2P_W12 DKS2P_U05 DKS2P_U08 DKS2P_U09 DKS2P_K01 DKS2P_K03

5.	Kreatywne pisanie	2	Kryteria tekstowości. Tekst, styl tekstu i gatunek tekstu. Hipertekst. Gatunki wypowiedzi (kryterium kodu przekazu, kryterium środka przekazu, kryterium funkcjonalne). Reguły tworzenia dobrego tekstu. Przygotowanie – pisanie, redagowanie. Teksty oficjalne i nieoficjalne. Scenariusze zachowań komunikacyjnych (teksty, które wymagają reakcji o charakterze etykiety). Działania na tekście. Wizualność tekstu, estetyka, przestrzeń, przyciąganie uwagi. Ćwiczenia redakcyjne. Jak zostać autorem bloga?	DKS2P_W07 DKS2P_U03 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_K02
6.	Manipulacja w mediach	2	Manipulacja – terminologia, typologia, istota, cele, sposoby, metody i techniki. Etyczny i prawny aspekt manipulacji. Manipulacja w życiu publicznym: kontaktach interpersonalnych, komunikowaniu społecznym, handlu, reklamie, polityce. Manipulacja w prasie, radiu, telewizji, Internecie - analiza wybranych przekazów medialnych. Sposoby rozpoznawania, objaśniania i oceny zjawiska manipulacji w mediach. Sposoby i techniki obrony przed manipulacją.	DKS2P_W07 DKS2P_U03 DKS2P_U08 DKS2P_K01
7.	Marketing medialny	3	Pojęcie, istota i zakres marketingu. Różnice między MM i tradycyjnym marketingiem. Elementy MM (produkt, dystrybucja, cena, promocja). Zintegrowana komunikacja marketingowa we współczesnym społeczeństwie. Badania rynku z punktu widzenia MM. Metody autopromocji. Sporządzenie kampanii marketingowej dla wybranego produktu medialnego.	DKS2P_W03 DKS2P_W11 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U13 DKS2P_K03
8.	Media lokalne i środowiskowe	3	Kryteria lokalności. Typy mediów lokalnych. Zmiany w ofercie mediów lokalnych po 1989 roku. Prasa lokalna i sublokalna w wielkim mieście i w gminie. Radio lokalne i uwarunkowania jego działania. Szanse telewizji lokalnej w walce o widza. Systemy mediów lokalnych w Polsce i na świecie. Wybrane segmenty prasy środowiskowej, np. prasa mniejszości narodowych, prasa wyznaniowa. Analiza wybranych mediów lokalnych.	DKS2P_W09 DKS2P_W12 DKS2P_U03 DKS2P_U06 DKS2P_U10 DKS2P_K05
9.	Media społecznościowe	2	Wykorzystanie serwisów społecznościowych w biznesie, polityce i działalności społecznej. Studium przypadków (polityka, biznes, edukacja organizacje pozarządowe). Opracowanie strategii funkcjonowania serwisu internetowego dla wybranej branży.	DKS2P_W05 DKS2P_W07 DKS2P_U02 DKS2P_U06 DKS2P_K04
10.	Metody badań medioznawczych	3	Metody analizy organizacji. Metody analizy zawartości. Metody badań audytoryjnych. Badania sondażowe opinii publicznej. Metody analizy statystycznej. Programy komputerowe stosowane do badań medioznawczych. Badania jakościowe. Badania nad komunikacją polityczną. Agenda-setting w badaniach medioznawczych.	DKS2P_W02 DKS2P_W05 DKS2P_U05 DKS2P_U10 DKS2P_U14 DKS2P_K01



				DKS2P_K03
11.	Opinia publiczna	2	Pojęcie i istota opinii publicznej. Procesy kształtowania opinii publicznej. Etapy formowania opinii publicznej. Cele, zadania i funkcje opinii publicznej. Rola środków masowego przekazu w funkcjonowaniu opinii publicznej. Sondaże opinii publicznej a manipulowanie społeczeństwem. Pojęcie międzynarodowej opinii publicznej. Metody i techniki badania opinii publicznej. Główne ośrodki badania opinii publicznej. Wiedza respondenta a jego opinia.	DKS2P_W09 DKS2P_W12 DKS2P_U01 DKS2P_U14 DKS2P_K01
12.	Podstawowe problemy telewizji	2	Pojawienie się telewizji na świecie i w Polsce. Telewizja w PRL. Uwarunkowania prawne funkcjonowania telewizji w Polsce (ustawa o RTV oraz jej kolejne nowelizacje). Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji jako „regulator” rynku telewizyjnego. TVP SA – działalność po 1989 r. Nadawcy komercyjni – Polsat, TVN i in. Telewizje lokalne, sieci kablowe. Telewizje satelitarne, telewizja w Internecie. Cyfryzacja przekazów telewizyjnych. Europejskie regulacje dotyczące tv.	DKS2P_W09 DKS2P_W11 DKS2P_U08 DKS2P_U12 DKS2P_K04
13.	Podstawy SEO	3	Podstawowe pojęcia SEO. Podstawy pozycjonowania strony WWW, czynniki wpływające na pozycję witryny w rankingach internetowych wyszukiwarek; architektura informacji witryny WWW, narzędzia wykorzystywane w pozycjonowaniu stron internetowych. Założenie i administrowanie stroną internetową; analiza parametrów witryny WWW pod kątem SEO. Przygotowanie mobilnej wersji strony. Analiza statystyk i wskaźników pozycjonowanej witryny.	DKS2P_W05 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U13 DKS2P_K03
14.	Podstawy zarządzania i ekonomiki mediów	3	Podstawowe pojęcia z zakresu makro i mikroekonomii mediów. Specyfika produktów medialnych i produkcji medialnej. Struktura rynku mediów, podaż i popyt, konkurencja na rynku mediów. Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym. Nowe modele biznesowe w przemyśle medialnym. Analiza i specyfika poszczególnych segmentów rynku ekonomicznego mediów: prasowego, radiowego, telewizyjnego oraz Internetu.	DKS2P_W03 DKS2P_W04 DKS2P_U01 DKS2P_U12 DKS2P_U14 DKS2P_K02
15.	Psychologia społeczna	2	Podstawowe kategorie psychologii społecznej i jej główne nurty. Mechanizmy i wzorce ludzkich zachowań. Zagadnienia konformizmu, agresji, stereotypów oraz pozytywnych i negatywnych relacji międzyludzkich. Analiza zjawisk społecznych w mikro- i makroskali. Proces kształtowania i zmiany postaw: cechy wiarygodnego nadawcy, rodzaje przekazu perswazyjnego, cechy odbiorcy.	DKS2P_W02 DKS2P_W04 DKS2P_U03 DKS2P_U05 DKS2P_K02
16.	Raportowanie i wnioskowanie statystyczne	2	Podstawowe pojęcia z zakresu statystyki: rozkład danych (krzywa normalna), tendencja centralna, dominanta, mediana, dyspersja, rozrzut, wariancja, odchylenie standardowe, współczynnika korelacji liniowej Pearsona; dane w procesie komunikacji	DKS2P_W05 DKS2P_W10 DKS2P_U01 DKS2P_K02

			marketingowej; prezentacja i wizualizacja danych; dedukcja i logika w procesie analizy danych; narzędzia analityczne (automatyzacja opracowania danych).	
17.	Research pozainternetowy	3	Rodzaje źródeł informacji pozainternetowej (bibliografie, wydawnictwa informacyjne, książki, prasa i inne media). Ośrodki informacji – organizacja pracy, zadania (archiwa, muzea, biblioteki, instytucje medialne, urzędy itp.). Sposoby prowadzenia efektywnego researchu dziennikarskiego w oparciu o zbiory ośrodków informacji. Analiza wykorzystywanych źródeł w tekstach dziennikarskich. Ćwiczenia praktyczne w wyszukiwaniu informacji – selekcja i opracowanie; sposoby przetwarzania informacji.	DKS2P_W05 DKS2P_U01 DKS2P_U04 DKS2P_U05 DKS2P_K04
18.	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	3	Rola środków masowego przekazu w społeczeństwie informacyjnym i kulturze postmodernistycznej. Badania i hipotezy wyjaśniające oddziaływanie mediów w płaszczyźnie socjologicznej, psychologicznej i kulturowej. Konstruowanie obrazu rzeczywistości w mediach. Media masowe a procesy wychowania i socjalizacji. Badanie oddziaływania: scen przemocy i gwałtu na młodych odbiorców, recepcji treści informacji politycznych, reakcji na sceny erotyczne. Kształtowanie postaw wobec instytucji społecznych i religijnych. Sprawowanie kontroli społecznej poprzez definiowanie zjawisk dewiacyjnych.	DKS2P_W08 DKS2P_W10 DKS2P_U05 DKS2P_U06 DKS2P_U08 DKS2P_K05
19.	Stosunki międzynarodowe	3	Współczesne zjawiska na arenie międzynarodowej – procesy integracyjne, geneza i przebieg najważniejszych konfliktów, rola organizacji międzynarodowych, miejsce Polski we współczesnej polityce światowej. Wiedza o międzynarodowych stosunkach politycznych a praca dziennikarza. Procesy dokonujące się we współczesnym międzynarodowym życiu gospodarczym – globalizacja, przepływ kapitału, system ceł. Międzynarodowe organizacje gospodarcze. Współpraca gospodarcza. Problemy bezpieczeństwa światowego, terroryzm.	DKS2P_W04 DKS2P_W09 DKS2P_U01 DKS2P_U05 DKS2P_K01 DKS2P_K02
20.	Teoria komunikowania masowego	3	Rozwój badań nad komunikowaniem masowym – etap prekursorski, wczesne teorie komunikowania. Mass Media Research. Konsolidacja nauki o komunikowaniu. Współczesne studia nad komunikowaniem masowym. Paradygmaty, szkoły i teorie w nauce o komunikowaniu. Modele komunikowania. Teoria mediów a teoria społeczna. Komunikowanie masowe a kultura. Globalne komunikowanie masowe. Przyszłość komunikacji masowej.	DKS2P_W01 DKS2P_W03 DKS2P_W10 DKS2P_U01 DKS2P_U05 DKS2P_U07 DKS2P_K01
21.	Wykład monograficzny 1	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. – <i>Dziennikarstwo kulturalne</i> : definicja i specyfika; etyka dziennikarska. Gatunki dziennikarskie przynależne do dziennikarstwa kulturalnego: recenzja, felieton, esej; istota i funkcje. Historia rodzinna jako źródło reportażu. Billboardy, ogłoszenia, reklamy – analiza językowo-rzeczowa. Ogłoszenia drobne jako przyczynek do rozpoznania ludzkich historii. – <i>Polskie media emigracyjne</i> : specyfika polskiego dziennikarstwa	DKS1P_W03 DKS1P_W09 DKS2P_W12 DKS2P_U03 DKS2P_U09 DKS2P_K01

			emigracyjnego i funkcjonowania polskich mediów na obczyźnie. Odniesienie do rynku kraju osiedlenia. Rozwój polskich mediów – periodyków, Internetu i radia na Wyspach Brytyjskich w XXI wieku.	
22.	Wykład monograficzny 2	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. <i>Telewizja śniadaniowa jako poranny doradca</i> : historia telewizji śniadaniowej na świecie i w Polsce, definicje i znaczenie dla ich właścicieli; specyfika polskiej telewizji śniadaniowej na tle zagranicznych produkcji; społeczne oddziaływanie telewizji śniadaniowej.	DKS2P_W03 DKS2P_W10 DKS2P_U03 DKS2P_U09 DKS2P_U11 DKS2P_K01
<b>SEMINARIA DYPLOMOWE (DO WYBORU):</b>				
1.	Seminarium dyplomowe (w tym przygotowanie pracy)	19	Tematyka seminarium powinna być związana albo z problematyką badawczą prowadzącego seminarium, albo z zainteresowaniami poszczególnych jego uczestników. Muszą mieścić się w zakresie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Wskazane byłoby, aby tematy poszczególnych prac koncentrowały się wokół dotychczasowych doświadczeń zawodowych magistrantów, jeśli były one związane z dziennikarstwem, mediami i/lub działalnością promocyjno-reklamową, marketingiem medialnym itp.	DKS2P_W01 DKS2P_W02 DKS2P_W03 DKS2P_W04 DKS2P_W05 DKS2P_W06 DKS2P_W07 DKS2P_W09 DKS2P_W10 DKS2P_W11 DKS2P_W12 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U03 DKS2P_U05 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_U09 DKS2P_U10 DKS2P_U11 DKS2P_U12 DKS2P_U13 DKS2P_K01 DKS2P_K03
<b>BLOKI SPECJALNOŚCIOWE – DO WYBORU:</b>				
1a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Digital Expert	14	Digital media	DKS2P_W02

	Zamiast BLOKU PRZEDMIOTÓW: Dziennikarstwo multimedialne		Montaż audio Montaż video Elementy techniki audiowizualnej Realizacja obrazu i dźwięku Warsztat specjalnościowy	DKS2P_W06 DKS2P_W09 DKS2P_W10 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U03 DKS2P_U04 DKS2P_U05 DKS2P_U06 DKS2P_U08 DKS2P_U12 DKS2P_U13 DKS2P_K01 DKS2P_K03
1b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: PR Manager  Zamiast BLOKU PRZEDMIOTÓW: Menadżer mediów i reklamy	14	Autopromocja i wystąpienia publiczne Analityka social media Organizowanie eventów Rynek reklamy Warsztat specjalnościowy Zarządzanie projektem	DKS2P_W01 DKS2P_W02 DKS2P_W03 DKS2P_W06 DKS2P_W07 DKS2P_W08 DKS2P_W12 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U03 DKS2P_U05 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_U11 DKS2P_U12 DKS2P_U13 DKS2P_U14 DKS2P_K02 DKS2P_K03 DKS2P_K04 DKS2P_K05
<b>BLOKI PRZEDMIOTÓW FAKULTATYWNYCH – DO WYBORU</b>				

2a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Współczesny język i kultura	8	<p>Język współczesnych mediów Media w kulturze Pragmatyka językowa Wiedza o filmie i teatrze</p>	<p>DKS2P_W03 DKS2P_W04 DKS2P_W07 DKS2P_W08 DKS2P_U06 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_U09 DKS2P_K04 DKS2P_K05</p>
2b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Mediatyzacja sfery publicznej	8	<p>Komunikowanie polityczne Obieg informacji w społecznościach lokalnych Wybrane aspekty mediatyzacji Public relations w regionie</p>	<p>DKS2P_W03 DKS2P_W04 DKS2P_W10 DKS2P_W12 DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U06 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_U10 DKS2P_K01 DKS2P_K05</p>
<p><b>PRAKTYKI (wymiar, zasady i forma):</b> 240 godzin (kontaktowych) – ogółem 390 godzin praktyk (3 miesiące), w tym 120 godzin w Uniwersyteckim Centrum Mediów i 120 godzin zewnętrznych. Zaliczenie praktyk odbywa się w semestrach III i IV. 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.</p>		13	<p>Poznanie przepisów prawnych (ogólnopolskich i wewnątrz-instytucjonalnych) dotyczących organizacji, zarządzania i funkcjonowania wybranych instytucji medialnych, agencji reklamowych, instytucji public relations, urzędów administracji terytorialnej, podmiotów gospodarczych i usługowych, stanowiących miejsce odbywania praktyk. Analiza funkcji, zadań i ról wybranych instytucji w społeczeństwie; wdrażanie do realizacji konkretnych zadań. Specyfika pracy na stanowiskach zarządczych w radiu/telewizji/redakcji prasowej.</p>	<p>DKS2P_U01 DKS2P_U02 DKS2P_U03 DKS2P_U04 DKS2P_U05 DKS2P_U06 DKS2P_U07 DKS2P_U08 DKS2P_U09 DKS2P_U10 DKS2P_U12 DKS2P_U13 DKS2P_U14 DKS2P_K01 DKS2P_K02</p>

			DKS2P_K03 DKS2P_K04 DKS2P_K05
razem	120		

**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 z zakresu pierwszej pomocy przedmedycznej w wymiarze 4 godzin.**

**Studentów obowiązuje szkolenie biblioteczne w wymiarze 2 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 drugiego 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 osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia odbywa się poprzez:

- 1) **Proces dyplomowania** – tematy prac dyplomowych opiniowane są przez Kierunkowy Zespół ds. Jakości Kształcenia, Wydziałową Komisję ds. Kształcenia i zatwierdzone przez Radę Wydziału, a same prace oceniane są przez promotora i recenzenta.
- 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 umiejętności. Weryfikacja efektów następuje zgodnie z kryteriami zawartymi w karcie przedmiotu.
- 3) **Wymianę międzynarodową studentów** – uzyskiwanie informacji od studentów 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 osiągniętych 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, a uwagi szczegółowe dotyczące konkretnych pracowników w bezpośrednich rozmowach.
  - 5) Hospitacje zajęć pracowników dokonywane przez Dyрекcję Instytutu 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 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* studia II st.: 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 przedmiotu. 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.**