

PROGRAM STUDIÓW

Obowiązuje od roku akademickiego: **2025/2026**

1. KIERUNEK STUDIÓW: **MEDIOLINGWISTYKA**
2. KOD ISCED: **0232 NAUKA JĘZYKÓW**
3. FORMA STUDIÓW: **STACJONARNA**
4. LICZBA SEMESTRÓW: **6**
5. TYTUŁ ZAWODOWY NADAWANY ABSOLWENTOM: **LICENCJAT**
6. PROFIL KSZTAŁCENIA: **OGÓLNOAKADEMICKI**
7. DZIEDZINA NAUKI *: **NAUKI HUMANISTYCZNE, NAUKI SPOŁECZNE**
8. DYSCYPLINA NAUKOWA: **JĘZYKOZNAWSTWO (89%) 160 ECTS – dyscyplina wiodąca, NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH (11%) 20 ECTS**
9. **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 180 ECTS**
 - 1) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **98**
 - 2) liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną w działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w wymiarze większym niż 50% ogólnej liczby punktów ECTS): **95**
 - 3) liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje realizując zajęcia podlegające wyborowi (co najmniej 30%¹ ogólnej liczby punktów ECTS): **74**
 - 4) 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 społeczne²: **5**
10. łączna liczba godzin zajęć: **4500** – w tym liczba godzin zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **2455**.
11. **Koncepcja i cele kształcenia** (w tym opis sylwetki absolwenta):

Mediolingwistyka jest subdyscypliną językoznawczą, która zajmuje się lingwistycznymi aspektami komunikacji w sferze publicznej, w tym medialnej. Celem studiów na kierunku *mediolingwistyka* pierwszego stopnia jest przygotowanie absolwentów do pracy w wielu obszarach związanych z opracowywaniem informacji w szeroko pojętym obiegu medialnym, zarówno w mediach tradycyjnych, jak i w sieciach społecznościowych. Praktyczne umiejętności oparte na pracy z tekstem polsko i obcojęzycznym (obszaru wschodnioeuropejskiego) wraz z wiedzą dotyczącą korzystania z nowoczesnych narzędzi cyfrowej analizy danych oraz sztucznej inteligencji są postrzegane jako integralna całość potrzebna do funkcjonowania nowych profesji, związanych z komunikacją międzynarodową i opracowywaniem danych niezbędnych w sferze życia społeczno-politycznego, mediów i biznesu. Do zasadniczych umiejętności absolwenta kierunku należy zaliczyć zarządzanie informacją językową w szeroko pojętej przestrzeni publicznej – tworzenie (copywriting) i przetwarzanie (rewriting) contentu, a także odróżnianie faktów od fake newsów w celu przeciwdziałania

* niepotrzebne usunąć

¹ wskaźnik procentowy może być inny, jeżeli standardy kształcenia stanowią inaczej

² w przypadku kierunku studiów przyporządkowanego do nauk humanistycznych podaje się liczbę punktów ECTS za zajęcia z dziedziny nauk społecznych, w przypadku kierunku studiów przyporządkowanego do nauk społecznych podaje się liczbę punktów ECTS za zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych

dezinformacji oraz destabilizacji bezpieczeństwa wewnętrznego państwa, umiejętność analizy szeroko pojętego tekstu medialnego (tzw. otwartych źródeł informacji), a także zarządzanie danymi informacyjnymi i ich wykorzystanie w celu kreowania wizerunku.

Studia na kierunku *mediolingwistyka* mają charakter lingwistyczny, ponieważ koncentrują się na realizacji języka w różnych sferach życia. Ze względu na uniwersalność języka jako środka przekazu potencjał zastosowania badań oraz implementacji wyników analiz lingwistyki można wykorzystać w zakresie przestrzeni medialnej, sfery komunikacji społeczno-politycznej, dziedziny ekonomiczno-biznesowej, kreacji wizerunkowej, informatyki czy cyberbezpieczeństwa i bezpieczeństwa wewnętrznego. Plan studiów jest skonstruowany w sposób umożliwiający szybkie reagowanie na potrzeby rynku pracy wywołane zmianami społeczno-politycznymi widocznymi w przestrzeni komunikacyjno-medialnej.

Plan studiów zakłada możliwość kształcenie w ramach dwóch modułów specjalnościowych (od drugiego roku studiów):

- Językowa komunikacja internetowa (zarządzanie informacją internetową);
- Językowa komunikacja wizerunkowa (kreowanie wizerunku).

W ramach każdej z tych specjalności student może wybrać jedną z trzech ścieżek tematycznych dotyczących przestrzeni komunikacji międzynarodowej: 1) międzynarodowa komunikacja społeczno-polityczna, 2) międzynarodowa komunikacja biznesowa lub 3) międzynarodowa komunikacja medialna. Dzięki temu wybór pierwszej specjalności umożliwia nabycie umiejętności efektywnego wykorzystywania języka w zarządzaniu informacją internetową w międzynarodowej przestrzeni społeczno-politycznej lub biznesowej albo medialnej, a w przypadku drugiej specjalności trzy potencjalne sfery międzynarodowych przestrzeni komunikacyjnych posłużą do kształtowania zdolności do kreacji wizerunku odpowiednio: homo politicus lub homo economicus albo homo mediorum.

Absolwent *mediolingwistyki* będzie wszechstronnym specjalistą, który dzięki połączeniu wiedzy lingwistycznej i umiejętności jej praktycznego wykorzystania w komunikacji publicznej, mediach oraz biznesie, a także znajomości technologii będzie w stanie efektywnie oddziaływać językowo i działać w nowoczesnym świecie cyfrowej komunikacji. Miejsca zatrudnienia dla absolwentów w różnorodnych sektorach, związanych z kompetencjami lingwistycznymi i umiejętnościami językowym to: działy analityki informacyjnej w mediach, w korporacjach oraz instytucjach publicznych, działy marketingu i PR, redakcje portali internetowych, agencje reklamowe, firmy zajmujące się rozwijaniem narzędzi komunikacyjnych, platform społecznościowych i aplikacji mobilnych, instytucje akademickie, ośrodki badań oraz firmy szkoleniowe, zajmujące się edukacją, biura tłumaczeń, firmy specjalizujące się w lokalizacji treści multimedialnych.

Przykładowe stanowiska pracy dla absolwentów kierunku to: analityk przestrzeni informacyjno-medialnej, specjalista ds. komunikacji międzynarodowej, content-manager, Data scientist, koordynator projektów międzynarodowych, manager mediów społecznościowych, analityk danych, specjalista ds. PR, copy-writer, edukator/trener, specjalista ds. lokalizacji, specjalista ds. SEO/SEM, konsultant ds. współpracy międzynarodowej, manager ds. relacji z klientami z krajów Europy Wschodniej.

Studia koncentrują się na analizie lingwistycznej komunikacyjnej przestrzeni publicznej w kontekście zagrożenia bezpieczeństwa informacyjnego. Ważnym elementem kształcenia jest uwzględnienie aktualnej sytuacji Polski jako państwa unijnego oraz sytuacji krajów wschodnioeuropejskich: Ukrainy i Rosji.

W zakresie wiedzy absolwent studiów wykaże się:

- 1) zrozumieniem kulturowym i politycznym; absolwent będzie posiadał wiedzę na temat historii, kultury, polityki i gospodarki krajów wschodnioeuropejskich obszarów językowych;
- 2) znajomością technologii informacyjnych; absolwent uzyska wiedzę w zakresie technologii informacyjnych i zarządzania danymi i systemów informacyjnych;
- 3) zrozumieniem zasad komunikacji społeczno-politycznej, biznesowej lub medialnej prowadzonej w językach kierunkowych;

4) znajomością strategii językowych w kreowaniu świadomości medialnej, politycznej i biznesowej.

W zakresie umiejętności absolwent będzie potrafił wykazać się:

- 1) znajomością dwóch wschodnioeuropejskich języków: rosyjskiego i ukraińskiego (poziomy B2+ i B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia językowego) – będzie gromadzić i skutecznie opracowywać informacje w języku polskim, rosyjskim i ukraińskim;
- 2) komunikacją międzykulturową; będzie efektywnie komunikować się i negocjować w kontekście międzykulturowym z uwzględnieniem specyfiki krajów wschodnioeuropejskich;
- 3) przeprowadzaniem analizy danych; będzie w stanie zbierać, analizować i interpretować dane z różnych źródeł, korzystając z cyfrowych narzędzi statystycznych i analitycznych;
- 4) zarządzaniem informacją; będzie umiał zarządzać dużymi zbiorami danych oraz zapewniać ich bezpieczeństwo i poufność;
- 5) analizą i badaniem rynku;
- 6) znajomością marketingu cyfrowego; projektowaniem i wdrażaniem strategii marketingowych w Internecie;
- 7) znajomością technologii wykorzystania AI do analizy tekstów;
- 8) znajomością cybersecurity i ochrony danych poprzez zabezpieczania danych komunikacyjnych i implementacją polityk bezpieczeństwa danych w firmach;
- 9) tworzeniem strategii komunikacyjnych; opracowaniem i wdrażaniem strategii komunikacyjnych uwzględniających specyfikę rynków krajów wschodnioeuropejskich.

W zakresie kompetencji społecznych absolwent będzie miał możliwość stać się

- 1) kreatywny i innowacyjny w sferze komunikacji i zarządzania danymi;
- 2) profesjonalnie etyczny w kontekście pracy z danymi;
- 3) elastyczny i potrafiący dostosować się do szybkich zmian;
- 4) świadomy poczucia globalnego i konieczności działania w międzynarodowym środowisku biznesowym.

Absolwent studiów *mediolingwistyka* będzie dobrze przygotowany do zawodowego funkcjonowania w środowisku międzynarodowym, szczególnie w kontekście współpracy z krajami wschodnioeuropejskimi zarówno w zakresie sektora usług prywatnych, jak i życia publicznego.

12. EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Oznaczenie symboli

ML1A –efekty uczenia się dla kierunku *mediolingwistyka*

1 – studia pierwszego stopnia, A – profil ogólnoakademicki

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – kategoria kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne – numer efektu uczenia się

Symbole efektów uczenia się dla kierunku	Po ukończeniu studiów I stopnia na kierunku <i>mediolingwistyka</i> 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 :			
ML1A_W01	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu teorii informacji i semiotyki; zna i rozumie podstawowe pojęcia, teorie i modele komunikacji masowej oraz interpersonalnej; rozumie różnice między poszczególnymi rodzajami dyskursu publicznego	P6U_W	P6S_WG
ML1A_W02	ma zaawansowaną wiedzę o interdyscyplinarnych powiązaniach mediolingwistyki z zarządzaniem danymi oraz imagologią w celu rozwiązywania złożonych problemów komunikacyjnych i biznesowych	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
ML1A_W03	posiada wiedzę w zakresie wiadomości o historii, ustroju społeczno-politycznym, gospodarce oraz przestrzeni medialnej krajów wschodnioeuropejskich; ma zaawansowaną wiedzę z zakresu stosunków społeczno-politycznych i gospodarczych między Polską a krajami wschodnioeuropejskimi	P6U_W	P6S_WG
ML1A_W04	zna i rozumie technologie informatyczne i narzędzia wykorzystywane w mediach cyfrowych oraz ich wpływ na komunikację; rozumie mechanizmy sterowania emocjami i relacjami społecznymi; ma wiedzę z zakresu działania mediów społecznościowych oraz algorytmów wpływających na rozpowszechnianie treści	P6U_W	P6S_WG
ML1A_W05	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu zarządzania danymi; zna i rozumie pojęcia i metody zarządzania danymi, w tym wyszukiwanie, gromadzenie, przechowywanie, przetwarzanie i analizowanie danych; rozumie znaczenie jakości danych oraz technik zapewniania integralności i bezpieczeństwa danych	P6U_W	P6S_WG
ML1A_W06	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu komunikacji społeczno-politycznej, biznesowej lub medialnej prowadzonej w językach kierunkowych; zna i rozumie zastosowanie analizy danych w różnych obszarach dyskursu publicznego	P6U_W	P6S_WG

ML1A_W07	rozumie teorię wizerunku i jego rolę w komunikacji publicznej i marketingu; ma znajomość narzędzi i technik pozycjonowania marki, promocji organizacji lub osoby publicznej w przestrzeni medialnej	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
ML1A_W08	ma zaawansowaną wiedzę o strategiach językowych w kreowaniu świadomości medialnej, politycznej lub biznesowej	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
ML1A_W09	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i przepisy dotyczące prawa autorskiego w odniesieniu do analizy i tłumaczenia tekstów pochodzących z różnych źródeł	P6U_W	P6S_WK
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:			
ML1A_U01	ma umiejętności językowe w zakresie pierwszego języka obcego, właściwe do wymagań określonych dla poziomu co najmniej B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz co najmniej B2 w odniesieniu do drugiego języka obcego	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
ML1A_U02	posiada biegłość w korzystaniu z nowoczesnych narzędzi analitycznych i programów komputerowych używanych do analizy językowej i danych; potrafi samodzielnie analitycznie i krytycznie interpretować różnorodne teksty medialne pod kątem ich struktury, stylu i treści; umie identyfikować i interpretować różne techniki dezinformacji, perswazji i manipulacji w mediach; przy użyciu odpowiednich metod i narzędzi cyfrowych potrafi dokonywać interpretacji procesów zachodzących w publicznej komunikacji społecznej i zawodowej prowadzonej w językach kierunkowych	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
ML1A_U03	ma umiejętności w zakresie tworzenia i przetwarzania treści publicznych i medialnych w zakresie języków kierunkowych; potrafi przekształcać i adaptować treści do różnych platform i odbiorców; potrafi tworzyć różnorodne teksty publiczne i medialne (ustne i pisemne); ma umiejętność prezentowania wyników analiz w sposób zrozumiały i przekonujący dla różnych grup odbiorców; potrafi tworzyć raporty i prezentacje, które przekładają wyniki analizy danych na praktyczne wnioski społeczne lub biznesowe	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
ML1A_U04	potrafi gromadzić, przetwarzać i efektywnie zarządzać danymi; umie stosować techniki analizy danych, w tym eksplorację danych, analizę statystyczną i wizualizację wyników; ma umiejętność interpretacji wyników analizy danych w celu wpływania na odbiorcę	P6U_U	P6S_UW
ML1A_U05	potrafi porozumiewać się w ramach kompetencji językowych w kierunkowych językach obcych z wykorzystaniem ustnych i pisemnych środków komunikacji; komponować spójne i właściwie skonstruowane teksty pisane i wystąpienia ustne w języku ojczystym i kierunkowych językach obcych	P6U_U	P6S_UW P6S_UK
ML1A_U06	ma zdolność do tworzenia strategii wizerunkowych i zarządzania nimi w różnych kanałach komunikacji; potrafi projektować kampanie promocyjne uwzględniające specyfikę kulturową i społeczną odbiorców	P6U_U	P6S_UW
ML1A_U07	potrafi pracować w grupie, wykonując powierzone zadania, jak również pełnić rolę lidera przy wykonywaniu wspólnych projektów i prowadzeniu dyskusji; wykazuje się pomysłowością, aktywnością i systematycznością w realizacji projektów własnych i zespołowych; w tym interdyscyplinarnych; efektywnie organizuje pracę swoją oraz innych i potrafi krytycznie ocenić jej priorytety oraz stopień zaawansowania	P6U_U	P6S_UO
ML1A_U08	potrafi dostosowywać się do zmieniającego się środowiska społecznego, medialnego i technologicznego; jest świadomy potrzeby ciągłego doskonalenia swoich umiejętności kierunkowych w dalszej edukacji w kontekście wykonywanego zawodu	P6U_U	P6S_UU

w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH :			
ML1A_K01	jest świadomy wielokulturowości; rozumie i szanuje różnorodność kulturową i językową w komunikacji społecznej, medialnej i biznesowej; potrafi tworzyć i analizować treści komunikatów oraz zarządzać danymi w kontekście różnych kultur i języków	P6U_K	P6S_KK P6S_KR P6S_KO
ML1A_K02	rozumie problematykę etyczną związaną z pracą medialną, pracą w sektorze publicznym oraz zarządzaniem danymi; potrafi działać zgodnie z zasadami etycznymi, zapewniając rzetelność i przejrzystość w analizie i prezentacji danych	P6U_K	P6S_KK P6S_KR P6S_KO
ML1A_K03	odznacza się obiektywną i racjonalną refleksją przy ocenie informacji z różnych źródeł medialnych; formułuje świadome i przemyślane opinie na temat treści medialnych i ich wpływu na społeczeństwo; działa na rzecz interesu publicznego	P6U_K	P6S_KK P6S_KR P6S_KO

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

Przedmioty		Minimal na liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do efektów uczenia się na kierunku
PRZEDMIOTY KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO (10 ECTS):				
1.	Techniki informacyjno-komunikacyjne	1	Zastosowanie komputerów w procesie uczenia się języka obcego. Internet jako narzędzie do kształcenia i nauczania języków. Pliki muzyczne, filmy, prezentacje. Komputerowe prezentacje multimedialne. Wykonanie prezentacji w Power Point. Posługiwanie się siecią dla zbierania materiałów na zadany temat. Opracowywanie tekstów oraz ilustracji za pomocą odpowiednich edytorów i innych programów. Tabele w dokumencie. Przypisy. Wypunktowanie i numerowanie. Tabulatory. Praca z dużymi dokumentami, formatowanie. Podział strony, podział sekcji. Akapit. Stopki i nagłówki. Znaki specjalne. Wyszukiwanie i zamiana. Tworzenie automatycznego spisu treści. Korzystanie z szablonów i kreatorów. Korespondencja seryjna. Wymiana informacji pomiędzy programami	ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U08 ML1A_K02
2.	Ochrona własności przemysłowej i prawa autorskiego	1	Prawo autorskie: utwór, podmiot prawa autorskiego, prawa autorskie majątkowe i osobiste, prawa pokrewne, dozwolony użytek. Własność przemysłowa: wynalazek i patent, wynalazek biotechnologiczny, znaki towarowe i prawa ochronne na znaki towarowe, wzory przemysłowe, odmiany roślin i zwierząt, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych. Zasady odpowiedzialności za naruszenie praw na dobrach niematerialnych.	ML1A_W05 ML1A_W06 ML1A_U08 ML1A_K02
3.	Przedsiębiorczość	1	Przedsiębiorczość – pojęcie, geneza przedsiębiorczości, czynniki wpływające na rozwój przedsiębiorczości, wzmacnianie i osłabianie cech przedsiębiorczości. Innowacje i ich rodzaje. Kluczowe pojęcia ekonomiczne i ich wpływ na prowadzenie działalności gospodarczej oraz gospodarstwa domowego. Promocja jako element zwiększający popyt na sprzedaż dóbr i usług. Biznes plan i analiza SWOT. Prowadzenie działalności gospodarczej – pojęcie działalności gospodarczej, przedsiębiorcy i konsumenta; procedura rozpoczęcia indywidualnej działalności gospodarczej; koszty pracy (w tym koszty wynagrodzeń). Wewnętrzne i zewnętrzne źródła finansowania działalności gospodarczej. Omówienie wybranych form działalności gospodarczej.	ML1A_W03 ML1A_W06 ML1A_W07 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U06 ML1A_U07 ML1A_U08 ML1A_K03
4.	<i>Przedmiot z dziedziny nauk społecznych:</i> Historia i systemy społeczno-polityczne krajów Europy Wschodniej w aspekcie	5	Wpływ II WŚ na porządek polityczny i bezpieczeństwo Europy środkowo-wschodniej i Azji środkowej, „Zimna wojna” w relacjach Wschód – Zachód, RWPG i Układu Warszawskiego a bezpieczeństwo międzynarodowe, Interwencja wojsk ZSRR na Węgrzech w 1956 r., Interwencja wojsk Układu Warszawskiego w Czechosłowacji w 1968 r., Ruchy dysydenckie w ZSRR i jego strefie wpływów, polska „Solidarność” i jej wpływ na sytuację w ZSRR i krajach ościennych, <i>Pierestrojka</i> i <i>glasnost</i> , Rozpad bloku państw socjalistycznych i likwidacja Układu Warszawskiego i RWPG, Upadek ZSRR i powstanie nowych państw na mapie świata,	ML1A_W01 ML1A_W03 ML1A_W06 ML1A_U03 ML1A_U08 ML1A_K01

	bezpieczeństwa międzynarodowego		Droga państw i społeczeństw Europy Środkowej do NATO i UE, Próby odbudowy imperialnej pozycji Rosji w czasie prezydentury W. Putina, Wojna w Ukrainie.	
5.	<i>Przedmiot do wyboru w zakresie wsparcia w procesie uczenia się</i>	2	Wprowadzenie do studiów językowych; Podstawy pracy z AI; Językowy obraz świata.	ML1A_W01 ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W06 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U04 ML1A_U07 ML1A_U08 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
PRZEDMIOTY PODSTAWOWE/KIERUNKOWE (95 ECTS):				
1.	Język polski i kultura w komunikacji	14	Podstawy leksykologii i leksykografii polskiej w praktyce; Kultura języka polskiego w praktyce; W stronę praktycznej stylistyki; Tekstologia; W stronę sztuki pisanía.	ML1A_W03 ML1A_W06 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U05 ML1A_U06 ML1A_K01 ML1A_K03
2.	Praktyczna nauka pierwszego języka obcego	42	Praktyczna nauka języka rosyjskiego / ukraińskiego; Treści programowe podzielono na następujące bloki: • blok receptywno-leksykalny, • blok dyskursywno-gramatyczny, • blok fonetyki praktycznej, • blok ortograficzny.	ML1A_W03 ML1A_W06 ML1A_W08 ML1A_U01 ML1A_U05 ML1A_U08 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
3.	Praktyczna nauka drugiego języka obcego	17	Praktyczna nauka języka ukraińskiego / rosyjskiego; Treści programowe podzielono na następujące bloki: • blok receptywno-leksykalny, • blok dyskursywno-gramatyczny,	ML1A_W03 ML1A_W06 ML1A_W08 ML1A_U01

				ML1A_U03 ML1A_U05 ML1A_U07 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
4.	Podstawy mediolingwistyki.	2	Wprowadzenie do mediolingwistyki (definicje i zakres mediolingwistyki; historia rozwoju mediolingwistyki jako dziedziny badań; rola języka w mediach tradycyjnych i nowych mediach). Język i dyskurs medialny (analiza dyskursu medialnego: narzędzia i metody; stylizacja języka w mediach; język reklamy, wiadomości, rozrywki; strategie perswazji i manipulacji w mediach). Techniki zarządzania informacją (selekcja i ocena źródeł informacji; klasyfikacja i archiwizacja informacji; narzędzia i technologie wspomagające zarządzanie informacją, np. bazy danych, systemy CRM; fake news i metody walki z dezinformacją). Praktyczne aspekty pracy z mediami (tworzenie i redagowanie komunikatów prasowych; strategie komunikacyjne w sytuacjach kryzysowych; analiza studiów przypadków z zakresu zarządzania informacją w mediach). Etyka w komunikacji medialnej (odpowiedzialność za treści medialne; dylematy etyczne w pracy dziennikarskiej; prawo autorskie i prawa do informacji).	ML1A_W01 ML1A_W04 ML1A_U02 ML1A_U04 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
5.	Sztuczna inteligencja w komunikacji publicznej	2	Sztuczna inteligencja i wirtualna rzeczywistość w komunikacji; podstawowe technologie i algorytmy sztucznej inteligencji; uczenie maszynowe, sieci neuronowe, modele językowe (GPT), przetwarzanie języka naturalnego (NLP); zastosowania sztucznej inteligencji w komunikacji: chatboty, wykrywanie deepfake'ów; tworzenie promptów komunikacji z chatbotem; słabe i mocne strony AI; aplikacja i narzędzia z AI; etyka wykorzystania AI.	ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_K02 ML1A_K03
6.	Wybrane zagadnienia z teorii informacji i semiotyki	3	Ogólne wiadomości o informacji i jej semiotyzacji zarówno środkami werbalnymi (językowymi), jak też niewerbalnymi. Lingwistyczna teoria informacji. Koncepcje semiotyczne. Językoznawstwo jako dział semiotyki. Informacja jako zjawisko i funkcja kognitywna. Rodzaje i jednostki informacji. Podstawowe kategorie semiotyczne. Podstawy werbalizacji. Struktura mowy ludzkiej (język i wypowiedź). Znak językowy i jego struktura. Plan treści i plan wyrażenia. Języki naturalne i sztuczne. Semiotyczne problemy informowania oraz obieg informacyjny. Podstawy interakcji informacyjno-semiotycznych (ekspresja – impresja, komunikacja - interpretacja). Strategie informacyjne. Pragmatyka – semantyka – syntaktyka przekazu werbalnego. Paralingwistyka i komunikacja niewerbalna.	ML1A_W01 ML1A_W02 ML1A_U02 ML1A_K02 ML1A_K03
7.	Teoria komunikacji	3	Istota procesu komunikowania się; siedem tradycji teorii komunikowania; Komunikacja werbalna i niewerbalna; typy procesu komunikowania, poziomy procesu komunikowania się. Wybrane modele komunikowania interpersonalnego; komunikowanie międzyludzkie	ML1A_W01 ML1A_W06 ML1A_W07

			i jego składniki w praktyce codziennej, komunikowanie się w małych grupach i w organizacji. Strategie nadawczo-odbiorcze w komunikacji; zakłócenia w porozumiewaniu się – przyczyny i skutki; rodzaje zakłóceń – indywidualne, grupowe, społeczne; sposoby niwelowania barier komunikacyjnych; Skuteczność komunikowania w dyskursach specjalistycznych. Komunikacja a perswazja i manipulacja, propaganda polityczna; komunikacja i płeć; wystąpienia publiczne, globalizacja w komunikowaniu społecznym.	ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U07 ML1A_U08 ML1A_K01 ML1A_K02
8.	Copywriting i rewriting	3	Specyfika i rodzaje pracy copywritera i rewritera. Współpraca ze zleceniodawcą, grafikiem, informatykiem oraz z zespołem). Zapoznanie z bibliografią tematu oraz ze specjalistyczną terminologią zawodową. Rodzaje copywritingu. Gatunki wypowiedzi pisemnej i ustnej właściwe dla poszczególnych rodzajów copywritingu i rewritingu. Rewriting treści internetowych. Kodeks etyczny, umiejętności zawodowe oraz predyspozycje psychiczne i intelektualne copywritera i rewritera w odniesieniu do aktualnego rynku pracy. Warsztat copywritera i rewritera. Warsztaty tworzenia dobrych nazw. Znaczenie dobrej nazwy firmy i produktu; analiza cech dystynktywnych najpopularniejszych aktualnie nazw firm, produktów. Cechy dobrych nazw (w przeciwieństwie do nazw złych). Podstawowe rodzaje nazw.	ML1A_W01 ML1A_W04 ML1A_W07 ML1A_W08 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U07 ML1A_K01 ML1A_K02
9.	Informacja i dezinformacja w przestrzeni publicznej	3	1. Wprowadzenie do pojęć informowania i dezinformowania. 2. Podstawy funkcjonowania mediów i rozprzestrzeniania informacji. 3. Techniki dezinformacji w przestrzeni publicznej. 4. Podstawy weryfikacji informacji.	ML1A_W01 ML1A_W04 ML1A_W06 ML1A_W07 ML1A_W08 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U04 ML1A_K02 ML1A_K03
10.	Podstawy komunikacji internetowej	3	Komunikacja internetowa w kontekście komunikacji społecznej: definicja, model, funkcje. Rozwój Internetu (od Web 1.0 do Web 4.0) a ewolucja komunikacji. Kanały i typy komunikacji w Internecie. Dyskurs hipertekstowy i dyskurs mediów społecznościowych jako wytwory współczesnych mediów dominujących. Gatunki i typy tekstów internetowych. Narzędzia internetowe i AI do wyszukiwania, weryfikacji i przetwarzania informacji w Sieci. Werbalne, niewerbalne i wizualne aspekty kreowania tekstów w przestrzeni cyfrowej. Rola wiralowości i algorytmów w rozwoju współczesnych kodów internetowych. Mediolekt czy mediolekty? O specyfice komunikacji społeczności i grup internetowych. Język/języki współczesnego Internetu – próba systematyzacji. Etyka i etykieta zachowań komunikacyjnych w Internecie. Prezentacja wyników zrealizowanych projektów.	ML1A_W01 ML1A_W04 ML1A_U02 ML1A_U07 ML1A_K02

11	Zarządzanie informacją sieciową	3	Wprowadzenie do zarządzania informacją. Definicja i znaczenie zarządzania informacją. Rola informacji w społeczeństwie wiedzy. Źródła informacji w sieci. Rodzaje źródeł internetowych: strony WWW, bazy danych, repozytoria cyfrowe. Ocena wiarygodności i jakości źródeł. Kryteria selekcji informacji. Techniki efektywnego wyszukiwania informacji. Operatory logiczne i zaawansowane metody wyszukiwania. Wykorzystanie specjalistycznych wyszukiwarek i baz danych. Organizacja i klasyfikacja informacji. Taksonomie, ontologie i folksonomie. Systemy klasyfikacji i ich zastosowanie. Tworzenie map myśli i struktur informacji. Metadane i ich rola w zarządzaniu informacją. Zastosowanie metadanych w praktyce. Gromadzenie i przechowywanie danych. Podstawy baz danych. Narzędzia do zarządzania danymi. Kopie zapasowe i archiwizacja danych. Narzędzia do monitorowania treści online. Narzędzia do monitoringu mediów. Śledzenie trendów. Analiza danych w kontekście mediolingwistyki. Wprowadzenie do analizy jakościowej i ilościowej. Metody analizy treści. Wykorzystanie narzędzi do analizy danych tekstowych. Zarządzanie wiedzą w organizacji. Różnica między danymi, informacją a wiedzą. Systemy zarządzania wiedzą. Praktyki dzielenia się wiedzą. Etyczne aspekty zarządzania informacją. Etyka w gromadzeniu i udostępnianiu informacji. Odpowiedzialność za rozpowszechnianie informacji. Informacja w społeczeństwie cyfrowym. Nowe technologie w zarządzaniu informacją. Big Data i ich zastosowania. Chmura obliczeniowa i przechowywanie danych.	ML1A_W01 ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W08 ML1A_U02 ML1A_U04 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
PRZEDMIOTY DO WYBORU (72 ECTS):				
1.	Moduł dyplomowy	33	Seminarium dyplomowe (na wybór w zakresie tematycznym oraz umiejętnościowym) Wykłady monograficzne (język polski); Wykłady monograficzne (języki obce).	ML1A_W01 ML1A_W02 ML1A_W03 ML1A_W05 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U05 ML1A_U08 ML1A_K01 ML1A_K02
2	ŚCIEŻKI TEMATYCZNE (wybierana jest jedna)	20		
2.1.	Moduł 1. Międzynarodowa komunikacja społeczno-polityczna		Stosunki międzynarodowe Polski z krajami Europy Wschodniej. Analiza lingwistyczna komunikacji publicznej i politycznej kierunkowych obszarów językowych. Zbiór i opracowanie informacji ze źródeł ogólnodostępnych OSINT (w językach kierunkowych).	ML1A_W01 ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W07

			Tworzenie i przetwarzanie tekstów społeczno-politycznych (w językach kierunkowych). Warsztaty językowe: wystąpienia i debaty publiczne.	ML1A_W08 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U04 ML1A_U05 ML1A_U07 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
2.2.	Moduł 2. Międzynarodowa komunikacja biznesowa	20	Stosunki gospodarcze Polski z krajami Europy Wschodniej. Analiza języka komunikacji biznesowej w kierunkowych obszarach językowych. Sporządzanie dokumentacji i korespondencji biznesowej (w językach kierunkowych). Warsztaty językowe: prowadzenie rozmów i negocjacji biznesowych (w językach kierunkowych). Działania promocyjne w zakresie przedsiębiorczości.	ML1A_W02 ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W06 ML1A_W07 ML1A_W08 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U05 ML1A_U06 ML1A_U07 ML1A_U08 ML1A_K01
2.3.	Moduł 3. Międzynarodowa komunikacja medialna		Media Europy Wschodniej. Analiza przekazu medialnego w kierunkowych obszarach językowych. Fake newsy i fact-checking w mediach Europy Wschodniej. Copywriting i rewriting tekstów medialnych (w językach kierunkowych). Warsztaty z komunikacji medialnej (w językach kierunkowych).	ML1A_W01 ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W06 ML1A_W07 ML1A_W08 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U04 ML1A_U07 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03

3.	MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE (wybierany jest jeden)	19		
3.1	1. Zarządzanie informacją internetową	19	Zasoby internetowe Europy Wschodniej. Analiza contentu internetowego w kierunkowych obszarach językowych. Narzędzia zbioru i obróbki informacji. Tworzenie i redagowanie stron internetowych. Architektura informacyjna (w językach kierunkowych). Cyberbezpieczeństwo. Efektywna komunikacja internetowa.	ML1A_W01 ML1A_W02 ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W06 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U04 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
3.2	2. Kreowanie wizerunku		Strategie kreowania wizerunku w społeczeństwie wielokulturowym. Content marketing. Tworzenie contentu wizerunkowego (w językach kierunkowych). Pozycjonowanie i promocja (w językach kierunkowych). Web-Development wizerunkowy. Etyka zarządzania informacją. Warsztaty językowe: influencing, de-influencing i coaching.	ML1A_W01 ML1A_W02 ML1A_W04 ML1A_W07 ML1A_W08 ML1A_W09 ML1A_U03 ML1A_U06 ML1A_U07 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
PRAKTYKI (wymiar, zasady i forma):		3	75 godzin (w tym 60 godzin kontaktowych): szkolenia w ośrodkach informacji publicznej, komunikacji społecznej, mediach, ośrodkach PR i reklamy w formie praktyk ciągłych	ML1A_W03 ML1A_W04 ML1A_W05 ML1A_W06 ML1A_W09 ML1A_U02 ML1A_U03 ML1A_U04 ML1A_U05 ML1A_U07

			ML1A_U08 ML1A_K01 ML1A_K02 ML1A_K03
RAZEM	180		

Studentów studiów stacjonarnych obowiązują zajęcia z wychowania fizycznego w wymiarze 60 godzin, zajęciom tym nie przypisuje się punktów ECTS. Studentów obowiązują również:

- 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,
- szkolenie biblioteczne w wymiarze 2 godzin,
- kurs pierwszej pomocy przedmedycznej w wymiarze 4 godzin.

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

Wykładowcy prowadzący poszczególne przedmioty na kierunku *mediolingwistyka* I stopnia określają szczegółowe efekty uczenia się zgodne z listą efektów kierunkowych i formy ich weryfikacji, umieszczając je w kartach przedmiotu. Poza tradycyjnymi formami weryfikacji prowadzone są okresowe sprawdzenia wiedzy i umiejętności studentów. Osiągnięcie wszystkich efektów uczenia się określonych dla poszczególnych zajęć oznacza realizację założonej koncepcji kształcenia na prowadzonym kierunku i uzyskanie efektów kierunkowych (osiągnięcie sylwetki absolwenta). Weryfikacja i ocena efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia odbywa się poprzez:

- 1) **proces dyplomowania** – poprzez przygotowanie i obronę prac dyplomowych (licencjackich) w jednym z języków uwzględnianych w bloku przedmiotów kierunkowych weryfikuje się zakładane efekty uczenia się. Prace są oceniane przez promotora i recenzenta, natomiast obrona odbywa się przed komisją instytutową. Proces dyplomowania jest czynnie wspierany przez cykl wykładów monograficznych w jednym z języków uwzględnianych w bloku przedmiotów kierunkowych, których zadaniem jest poszerzenie horyzontów badawczych studentów oraz zapoznanie ich z badaniami prowadzonymi przez pracowników naukowych Instytutu;
- 2) **praktyki studenckie** – efekty uczenia się uzyskiwane przez zawodowe praktyki studenckie są dopełnieniem koncepcji kształcenia. Weryfikacja efektów następuje zgodnie z regulaminem praktyk w wymiarze 75 godzin (w tym 60 godzin kontaktowych), które mają być rozliczone do końca 6 semestru. Studenci kierunku *mediolingwistyka* są wspierani w wejściu na rynek pracy przez współpracę Instytutu z organizacjami z regionu świętokrzyskiego pracującymi w publicznej przestrzeni informacyjno-medialnej, współpracującymi z zagranicą oraz czynnie uczestniczącymi w procesach wsparcia uchodźców i imigrantów (Urząd Miasta Kielce, Stowarzyszenie Współpracy Polska – Wschód, Stowarzyszenie Integracja Europa – Wschód, Stowarzyszenie Centrum Kultury Wschodniej, Fundacja International Human Right Commission, Radio Kielce, IPN Delegatura w Kielcach);
- 3) **wymianę międzynarodową studentów** – uzyskiwanie informacji od studentów dotyczącej posiadanej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w kontekście pobytu w uczelniach partnerskich;
- 4) **osiągnięcia kół naukowych** – informacja zwrotna poprzez uzyskiwane recenzje zewnętrzne (publikacje naukowe, wystąpienia na konferencjach, przyznane stypendium Rektora i Ministra): studenci kierunku *mediolingwistyka* mogą rozwijać swoje zainteresowania naukowe na zajęciach Koła Naukowego Studentów i Doktorantów „Tekst” od 2003 roku skupiającego studentów i doktorantów o aspiracjach naukowych. Elementem działalności Koła od 2008 roku jest także Międzynarodowy Projekt Integracyjny „Szkola Otwartego Umysłu”, w ramach którego zarówno polscy, rosyjscy, ukraińscy, niemieccy oraz czescy studenci

i doktoranci mają możliwość cyklicznego uczestnictwa w konferencjach naukowych w Polsce i za granicą, a także publikowania swoich prac w czasopiśmie międzynarodowym „Szkoła Otwartego Umysłu” (ISSN 2311-7176).

Kariery zawodowe absolwentów kierunku *mediolingwistyka* podlegają monitorowaniu zgodnie z procedurami obowiązującymi w Uniwersytecie Jana Kochanowskiego, a wynikające z rezultatów badania wnioski są podstawą do modyfikacji programu studiów.

Podstawą oceny realizacji efektów uczenia się są:

- 1) prace etapowe** – realizowane przez studenta w trakcie studiów, takie jak: kolokwia zaliczeniowe i okresowe, zadania domowe indywidualne i w grupie, referaty i prace projektowe, m.in. tłumaczenia ustne i pisemne oraz sprawdzenie aktywności w toku zajęć – według instrukcji przygotowanej przez prowadzącego zajęcia;
- 2) egzaminy z przedmiotu.** Pytania przygotowane do egzaminu są zgodne z treściami zawartymi w karcie przedmiotu. Student ma prawo do uzasadnienia przez prowadzącego otrzymanej na egzaminie oceny. Forma egzaminu: ustna, pisemna, testowa lub praktyczna określana jest przez prowadzącego wykład i zawarta w karcie przedmiotu:
 - a) egzaminy ustne** są przeprowadzane w obecności innych studentów lub pracowników;
 - b) egzaminy pisemne** mogą być organizowane 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, gdy w sytuacji, gdy praca studenta nie jest samodzielna (student korzysta z niedopuszczonych materiałów, urządzeń i z pomocy innych osób);
- 3) zaliczenia z oceną.** Prowadzący zajęcia określa kryteria oceny, podaje jej składowe i uzasadnia w sposób opisowy ocenę otrzymaną przez studenta na zaliczeniu.

Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe określa karta przedmiotu. Wszystkie formy weryfikacji osiągnięć studenta uzyskanych w ramach zajęć w danym semestrze odnotowuje się w kartach okresowych osiągnięć studenta.