

Program studiów**Część A) programu studiów*****Efekty uczenia się**

Wydział prowadzący studia:		Wydział Humanistyczny
Kierunek na którym są prowadzone studia:		lingwistyka praktyczna i copywriting
Poziom studiów		studia pierwszego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:		poziom 6
Profil studiów:		praktyczny
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:		licencjat
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:		Dyscyplina: - językoznawstwo (58%) - literaturoznawstwo (42%) Dyscyplina wiodąca: językoznawstwo
Symbol	Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	
WIEDZA		
K_W01	ma zaawansowaną wiedzę o języku polskim i jego praktycznych zastosowaniach (w tym gramatyce funkcjonalnej)	
K_W02	ma zaawansowaną wiedzę o literaturze i kulturze polskiej (w tym życiu codziennym)	
K_W03	ma zaawansowaną wiedzę o wybranych zagadnieniach z obszaru nauk humanistycznych i społecznych	
K_W04	ma zaawansowaną wiedzę o copywritingu i piśmiennictwie użytkowym	
K_W05	ma zaawansowaną wiedzę o szeroko pojętej kulturze (w tym kulturze masowej)	
K_W06	ma zaawansowaną wiedzę o wybranych zagadnieniach, historycznych, społecznych, religijnych, filozoficznych i politycznych w wymiarze lokalnym i międzykulturowym	
K_W07	ma zaawansowaną wiedzę o komunikacji w aspekcie interpersonalnym i społecznym	
K_W08	ma zaawansowaną wiedzę o narzędziach ICT i nowych mediach	
K_W09	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu języków specjalistycznych	
K_W10	ma wiedzę na temat prawnych i etycznych uwarunkowań działalności zawodowej (copywriterskiej)	
K_W11	zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz ekonomiczne uwarunkowania działalności zawodowej	
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi wyszukiwać, selekcjonować, analizować, krytycznie oceniać i użytkować informacje pozyskane z różnorodnych źródeł i różnymi sposobami	
K_U02	potrafi czytać, analizować i interpretować teksty literackie, naukowe i użytkowe (w tym reklamowe)	
K_U03	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów kultury i użytkowych oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z użyciem odpowiednich metod i narzędzi	
K_U04	potrafi porozumiewać się z otoczeniem przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych (w tym narzędzia ICT) na tematy z zakresu studiowanej dyscypliny w języku rodzimym i obcym	
K_U05	potrafi pracować wedle celów i wskazówek formułowanych przez opiekuna naukowego	
K_U06	potrafi pracować w zespole przyjmując różne role, planować zadania i organizować pracę własną i innych członków zespołu	

K_U07	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów i zadań typowych dla działalności copywriterskiej, w tym odpowiednio określić priorytety służące realizacji tych zadań
K_U08	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności praktyczne i badawcze
K_U09	potrafi rozpoznać różne typy komunikatów i komunikacji, dokonać ich analizy w odniesieniu do studiowanej dyscypliny
K_U10	posiada umiejętność tworzenia wystąpień ustnych, prac pisemnych w języku polskim z wykorzystaniem podstaw teoretycznych studiowanej dyscypliny i we właściwy sposób stosować w nich argumentację z odwołaniem do różnorodnych źródeł
K_U11	posiada umiejętności korzystania z różnych narzędzi ICT, formatowania i obróbki tekstu i grafiki, przygotowywania materiałów copywriterskich i prezentacji
K_U12	ma umiejętności językowe zgodnie z wymogami poziomu B2 w ramach języka obcego
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K_K01	ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwoju
K_K02	docenia dorobek zawodowy poprzedników, identyfikuje i rozstrzyga dylematy prawne i etyczne związane z wykonywaniem zawodu copywritera
K_K03	docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe w wymiarze lokalnym i międzynarodowym, ma świadomość odpowiedzialności za ich zachowanie
K_K04	rozumie odmienne postrzeganie życia społecznego przez osoby pochodzące z różnych środowisk i kultur
K_K05	uczestniczy w działaniach na rzecz interesu publicznego, w tym popularyzacji dziedzictwa kulturowego
K_K06	wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu typowych działań profesjonalnych (praktyki)
K_K07	w sytuacjach zawodowych potrafi wskazać obszary wiedzy, którą należy wykorzystać do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych oraz pozyskać informacje z różnych źródeł do ich realizacji
K_K08	dzięki pozyskanym kompetencjom językowym jest przygotowany do sprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych związanych z wykonywanym zawodem
K_K09	jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

Część B) programu studiów

Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

Wydział prowadzący kierunek studiów:	Wydział Humanistyczny			
Kierunek na którym są prowadzone studia:	lingwistyka praktyczna i copywriting			
Poziom studiów:	studia pierwszego stopnia			
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 6			
Profil studiów:	praktyczny			
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:	Dyscyplina: - językoznawstwo (58%) - literaturoznawstwo (42%) Dyscyplina wiodąca: językoznawstwo			
Forma studiów:	studia stacjonarne			
Liczba semestrów:	6			
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180			
Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:	1830			
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	licencjat			
Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:	Program kształcenia w zakresie lingwistyki praktycznej i copywritingu wpisuje się w misję UMK w punktach dotyczących kształcenia na poziomie akademickim, rozwijania wiedzy i jej popularyzowania. Program studiów pełni również funkcję kulturotwórczą. Program studiów copywriterskich - zgodnie ze strategią UMK - służy utrzymaniu wysokiej rangi Uniwersytetu w kształceniu studentów.			
Przedmioty/grupy zajęć wraz z zakładanymi efektami uczenia się*				
Grupy przedmiotów	Przedmiot	Zakładane efekty uczenia się	Formy i metody kształcenia zapewniające osiągnięcie efektów uczenia się	Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta
Grupa przedmiotów I – Grupa przedmiotów literaturoznawczych	Socjologia literatury	K_W: 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10 K_U: 01, 02, 03, 06, 07, 08, 10, 11	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat,
	Zjawiska kultury popularnej i masowej			
	Literatura i życie codzienne w Polsce			

	Warsztaty pisanie tekstów	K_K: 01, 02, 03, 04, 05, 07, 08 student zna w stopniu zaawansowanym wybrane problemy literatury i kultury oraz trafnie dobiera i stosuje metody do ich analizy	informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Analiza tekstu			
	Instytucje kultury i media			
	Polska i światowa literatura współczesna			
Grupa przedmiotów II – Grupa przedmiotów językoznawczych	Podstawy teorii komunikacji	K_W: 01, 03, 04, 07, 08, 09, 10 K_U: 01, 02, 03, 04, 05, 07, 08, 09, 10, 11 K_K: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09 student zna w stopniu zaawansowanym wybrane problemy językowe oraz trafnie dobiera i stosuje metody do ich analizy	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Gramatyka funkcjonalna języka polskiego			
	Słowniki i encyklopedie			
	Stylistyka praktyczna			
	Komunikacja społeczna			
	Etyka i estetyka wypowiedzi			
	Kultura wypowiedzi			
	Komunikacyjne aspekty marketingu			
	Pragmatyka językowa			
Grupa przedmiotów III – Grupa przedmiotów uzupełniających	Filozofia	K_W: 03, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11 K_U: 01, 02, 04, 06, 07, 08, 09, 11 K_K: 01, 02, 03, 04, 06, 07, 08, 09 student rozumie znacznie tła społecznego studiowanego kierunku, umie się posługiwać na poziomie zaawansowanym narzędziami ICT, rozumie odniesienia ekonomiczno- prawne wykonywanego zawodu	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Komputerowe programy użytkowe			
	Emisja głosu			
	Nowe media			
	Podstawy badań społecznych			
	Komputerowe programy użytkowe			
	Psychologia zarządzania zasobami			
	Narzędzia multimedialne			
	Grafika komputerowa			
	Ekonomiczne podstawy działalności gospodarczej i kulturalnej			
	Finansowanie działalności gospodarczej i kulturalnej			
	Prawo autorskie i ochrona własności intelektualnej			
	Prawne otoczenie biznesu			
	Przedmiot niezwiązany z kierunkiem do wyboru z oferty			

	ogólnouniwersyteckiej albo na innym kierunku			
Grupa przedmiotów IV – Grupa przedmiotów do wyboru: Komunikacja publiczna	Redagowanie i korekta tekstów	K_W: 01, 03, 04, 06, 07, 08, 09	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Lingwistyczne podstawy przetwarzania informacji	K_U: 01, 02, 03, 04, 06, 07, 09, 10, 11		
	Językowa kreacja osoby	K_K: 01, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09		
	Podstawy <i>public relations</i>	student zna w		
	Sztuka dyskusowania	zaawansowanym stopniu		
	Trudności komunikacyjne w praktyce	specyfikę wybranej		
	Język w Internecie i pozycjonowanie stron www	specjalności – trafnie dobiera i		
	Komunikacja prawna i prawnicza	stosuje metody opisu		
Grupa przedmiotów V – Grupa przedmiotów do wyboru: Komunikacja międzykulturowa	Język w kampaniach medialnych i marketingowych	zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Wprowadzenie do językoznawstwa zewnętrznego	K_W: 01, 05, 06, 07, 09, K_U: 01, 02, 03, 04, 07, 09, 10		
	Polityka językowa	K_K: 04, 05, 07, 08,		
	Etnolingwistyka	student zna w		
	Profilowanie psycholingwistyczne	zaawansowanym stopniu		
	Etykieta językowa	specyfikę wybranej		
	Komunikacja perswazyjna	specjalności – trafnie dobiera i		
	Geograficzne i środowiskowe różnicowanie polszczyzny	stosuje metody opisu		
Grupa przedmiotów VI – Grupa przedmiotów do wyboru: Turystyka literacko-kulturowa	Języki i kultury świata	zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Metodyka nauczania języka polskiego jako obcego			
	Wprowadzenie do geografii literackiej i kulturowej	K_W: 02, 03, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11		
	Geopoetyka	K_U: 01, 02, 03, 04, 07, 09, 11		
	Socjologia sztuki	K_K: 01, 03, 04, 05, 07, 09		
	Topografia literatury i sztuki polskiej i światowej	student zna w		
	Nowe media w turystyce	zaawansowanym stopniu	Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa,	
	Podróże literackie	specyfikę wybranej specjalności – trafnie dobiera i		

	Poetyka miasta	stosuje metody opisu zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy	projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	
	Muzea, teatry, opery, sale koncertowe i instytucje kultury na świecie			
	Literatura i sztuka regionalna oraz regionalizm w literaturze i sztuce			
	Promocja turystyki literacko-kulturowej			
	Działalność biura turystycznego			
Grupa przedmiotów VII – Grupa przedmiotów do wyboru: Reklama i copywriting	Od retoryki do hipertekstu	K_W: 04, 08, 09, 10, 11 K_U: 01, 02, 04, 06, 07, 09, 10, 11 K_K: 02, 05, 06, 07, 08, 09 student zna w zaawansowanym stopniu specyfikę wybranej specjalności – trafnie dobiera i stosuje metody opisu zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Reklama (I) - teoria			
	Źródła i wyszukiwanie informacji			
	Retoryka w cyberprzestrzeni			
	Reklama (II) - historia			
	Portale społecznościowe i blogosfera			
	Reklama (III) - praktyka (copywriting)			
	Działalność agencji reklamowej			
	Kreatywność i innowacyjność			
Wychowanie fizyczne	Wychowanie fizyczne			
Lektorat z języka obcego	Język angielski lub niemiecki lub francuski lub rosyjski lub hiszpański	K_W: 01, 09 K_U: 04, 12 K_K: 01, 04	Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa	
Praktyki	Praktyki zawodowe	K_W: 09, 11 K_U: 06, 07, 11 K_K: 06, 09	Praktyki	Zgodnie z regulaminem wydziałowym
Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy	Seminarium licencjackie	K_W: 01, 02, 06, 10 K_U: 05, 07, 08, 10 K_K: 01, 02, 07, 08 student potrafi z stopniu zaawansowanym analizować wybrane problemy studiowanego kierunku oraz	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, seminaryjna	Praca dyplomowa + egzamin dyplomowy

		trafnie argumentuje formułowane sądy analityczne							
Praktyki									
Wymiar praktyk	6 miesięcy (x 85 godzin miesięcznie) - 510 godzin								
Forma odbywania praktyk	Praktyki w firmach/instytucjach z otoczenia uczelni								
Zasady odbywania praktyk	Student odbywa praktykę zawodową zgodnie z zasadami określonymi w regulaminie wydziałowym Student może rozpocząć praktykę w dowolnym momencie studiów. Zalecane jest, aby dużą część praktyki odbył czasie VI semestru studiów.								
Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS									
Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:									
	Dyscyplina naukowa lub artystyczna		Punkty ECTS						
liczba			%						
1.	językoznawstwo		102	58					
2.	literaturoznawstwo		74	42					
Grupy przedmiotów zajęć	Przedmiot	Liczba punktów ECTS	Liczba ECTS w dyscyplinie:				Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru	Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje realizując zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne
			literaturoznawstwo	językoznawstwo					
Grupa przedmiotów I – Grupa przedmiotów literaturoznawczych	Socjologia literatury	3	3					2	3
	Zjawiska kultury popularnej i masowej	4	4				4	3	4
	Literatura i życie codzienne w Polsce	9	9					6	9

	Warsztaty pisanie tekstów	6	6				4,5	6
	Analiza tekstu	2	2			2	1,5	2
	Instytucje kultury i media	2	2				1,5	2
	Polska i światowa literatura współczesna	2	2				1,5	2
Grupa przedmiotów II – Grupa przedmiotów językoznawczych	Podstawy teorii komunikacji	3		3		3	1,5	3
	Gramatyka funkcjonalna języka polskiego	6		6			4	6
	Słowniki i encyklopedie	3		3			1,5	3
	Stylistyka praktyczna	3		3		3	2	3
	Komunikacja społeczna	3		3		3	2	1
	Etyka i estetyka wypowiedzi	3		3			2	3
	Kultura wypowiedzi	2		2			1,5	2
	Komunikacyjne aspekty marketingu	2		2			1,5	1
	Pragmatyka językowa	4		4			2	4
	Filozofia	2	2				1,5	1
	Komputerowe programy użytkowe	4		4			3	4
Grupa przedmiotów III – Grupa przedmiotów uzupełniających	Emisja głosu	2		2			1,5	2
	Nowe media	3		3			2	3
	Podstawy badań społecznych	3	3				2	1
	Psychologia zarządzania zasobami	2		2			1,5	2
	Narzędzia multimedialne	6		6			3	2
	Grafika komputerowa	4		4			3	10
	Ekonomiczne podstawy działalności gospodarczej i kulturalnej	2		2			1,5	0
	Finansowanie działalności gospodarczej i kulturalnej	2		2			1,5	0
	Prawo autorskie i ochrona własności intelektualnej	2	2				1,5	0
	Prawne otoczenie biznesu	2	2				1,5	0
	Przedmiot niezwiązany z kierunkiem do wyboru z oferty ogólnouniwersyteckiej albo na innym kierunku	4				4	3	0
Grupa przedmiotów IV – Grupa przedmiotów do wyboru: Komunikacja publiczna	Redagowanie i korekta tekstów	3		3		3	2	3
	Lingwistyczne podstawy przetwarzania informacji	3		3		3	2	3
	Językowa kreacja osoby	2		2		2	1	2

	Podstawy <i>public relations</i>	3		3			3	2	3
	Sztuka dyskusowania	3		3			3	2	3
	Trudności komunikacyjne w praktyce	2		2			2	1	2
	Język w Internecie i pozycjonowanie stron www	3		3			3	2	3
	Komunikacja prawna i prawnicza	3		3			3	2	3
	Język w kampaniach medialnych i marketingowych	3		3			3	2	3
Grupa przedmiotów V – Grupa przedmiotów do wyboru: Komunikacja międzykulturowa	Wprowadzenie do językoznawstwa zewnętrznego	3		3			3	2	3
	Polityka językowa	2		2			2	1	2
	Etnolingwistyka	3		3			3	2	3
	Profilowanie psycholingwistyczne	3		3			3	2	3
	Etykieta językowa	3		3			3	2	3
	Komunikacja perswazyjna	2		2			2	1	2
	Geograficzne i środowiskowe zróżnicowanie polszczyzny	3		3			3	2	3
	Języki i kultury świata	3		3			3	2	3
	Metodyka nauczania języka polskiego jako obcego	3		3			3	2	3
Grupa przedmiotów VI – Grupa przedmiotów do wyboru: Turystyka literacko-kulturowa	Wprowadzenie do geografii literackiej i kulturowej	2	2				2	1	2
	Geopoetyka	3	3				3	2	3
	Socjologia sztuki	3	3				3	2	3
	Topografia literatury i sztuki polskiej i światowej	2	2				2	1	2
	Nowe media w turystyce	1	1				1	1	1
	Podróże literackie	3	3				3	2	3
	Poetyka miasta	2	2				2	1	2
	Muzea, teatry, opery, sale koncertowe i instytucje kultury na świecie	3	3				3	2	3
	Literatura i sztuka regionalna oraz regionalizm w literaturze i sztuce	3	3				3	2	3
	Promocja turystyki literacko-kulturowej	1	1				1	1	0
	Działalność biura turystycznego	2	2				2	1	0

Grupa przedmiotów VII – Grupa przedmiotów do wyboru: Reklama i copywriting	Od retoryki do hipertekstu	3	3				3	2	3
	Reklama (I) - teoria	3	3				3	2	1
	Źródła i wyszukiwanie informacji	2	2				2	1	2
	Retoryka w cyberprzestrzeni	3	3				3	2	3
	Reklama (II) - historia	3	3				3	2	1
	Portale społecznościowe i blogosfera	2	2				2	1	2
	Reklama (III) - praktyka (copywriting)	3	3				3	2	1
	Działalność agencji reklamowej	3	3				3	2	3
	Kreatywność i innowacyjność	3	3				3	2	3
Wychowanie fizyczne	Wychowanie fizyczne	0						0	0
Lektorat z języka obcego	Język angielski lub niemiecki lub francuski lub rosyjski lub hiszpański	7		7			7	6	7
Praktyki	Praktyki zawodowe	17	7	10			2	2	0
Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy	Seminarium licencjackie	11	5	6			15	6	15
RAZEM:		180	74/ 42%	102/ 58%			93/ 51,7%	110,5/ 61,4%	146,5/ 81,4%

* załącznikiem do programu studiów jest opis treści programowych dla przedmiotów

Studenci rozliczani są w systemie rocznym.

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2019/2020.