

Program studiów**Część B) programu studiów****Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się**

Wydział prowadzący studia:	Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych
Kierunek na którym są prowadzone studia: <i>(nazwa kierunku musi być adekwatna do zawartości programu studiów a zwłaszcza do zakładanych efektów uczenia się)</i>	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów: <i>(studia pierwszego, drugiego stopnia, jednolite studia magisterskie)</i>	I stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji: <i>(poziom 6, poziom 7)</i>	Poziom 6
Profil studiów: <i>(ogólnoakademicki, praktyczny)</i>	Ogólnoakademicki
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się: <i>W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny, wskazuje się dyscypliny (malejąco wg udziału %); jako pierwszą wykazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się (zob. szczegółowe wskaźniki – punktacji ECTS)</i>	Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach 87,8% Dyscyplina: nauki socjologiczne 7,5% Dyscyplina: psychologia 2,3% Dziedzina nauk humanistycznych Dyscyplina: filozofia 2,3% Dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
Forma studiów: <i>(studia stacjonarne, studia niestacjonarne)</i>	Stacjonarne
Liczba semestrów:	6
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	180

Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:	1785
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	Licencjat
Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:	<p>Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest prestiżowy, cechuje się wysokim poziomem kształcenia. Jego zapewnienie jest możliwe dzięki licznym badaniom naukowym prowadzonym przez pracowników Wydziału, w szczególności przez Katedrę Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. Są to badania integrujące kadrę naukową i studentów. Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna I stopnia został sprofilowany w sposób nowoczesny, pragmatyczny, uwzględniający prawa rynku pracy. Studia zapewnią możliwość rozwoju osobowości, kreatywności, elastyczności i wrażliwości społecznej, a to przyczynia się do budowy społeczeństwa obywatelskiego. Z kompetencji naszych absolwentów korzystać będą różne regiony Polski, studenci UMK rekrutują się bowiem z obszaru całego kraju, ale przede wszystkim regionu kujawsko-pomorskiego. Program kierunku odzwierciedla potrzeby tutejszego rynku pracy, oczekiwania środowiska gospodarczego, instytucji samorządowych i organizacji tworzących infrastrukturę. Z badań zleconych przez Polską Agencję Rozwoju przedsiębiorczości wynika, że jedną z kategorii zawodów przyszłości tworzą zawody „internetowe”, takie jak: copywriter, projektant witryn internetowych, analityk ruchu na stronach WWW. Do niej należą także te związane z organizacją i sposobem prezentacji zawartości stron WWW lub opracowywaniem strategii firmy dotyczącej komunikacji za pomocą poczty elektronicznej (np. e-mail channel specialist). Uniwersytet jest świadom ww. tendencji, co odzwierciedla Strategia UMK na lata 2011-2020. Zgodnie z przyjętym dokumentem, Uniwersytet ma m.in.: przyczynić się do dalszego rozwoju potencjału intelektualnego województwa kujawsko-pomorskiego oraz wzrostu innowacyjności; dysponować nowoczesną bazą materialną, zapewniając bardzo dobre warunki studiowania i pracy naukowobadawczej, odpowiadające wysokim standardom światowym; będzie wydawać dyplomy ukończenia studiów cieszące się najwyższym uznaniem pracodawców. Dzięki wysokiemu poziomowi procesu dydaktycznego, jakości pracy kadry naukowej i zaangażowaniu studentów, a także innowacyjności wyrażającej się w programie studiów oraz metodach i środkach dydaktycznych, kierunek studiów sprzyja umacnianiu pozycji UMK wśród wiodących polskich uczelni wyższych. Wspomniana innowacyjność, obserwacja międzynarodowych trendów i korzystanie z wzorów zagranicznych sprawiają, że dziennikarstwo i komunikacja społeczna może przyczynić się do wzrostu znaczenia UMK w gronie uczelni światowych. Prowadzenie studiów I stopnia kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest gwarancją pozyskania uzdolnionych kandydatów na studia II stopnia.</p>

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 I. Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych	Filozofia : Filozofia człowieka lub Filozofia techniki	<p><u>Wiedza:</u> zna pojęcia filozoficzne, antropologiczne, pojęcia socjologiczne, psychologiczne, ekonomiczne, prawne oraz polityczne. Rozróżnia podstawowe procesy społeczne i polityczne.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Wskazuje konsekwencje określonych współczesnych wydarzeń oraz interpretuje procesy antropologiczne w poszczególnych obszarach badawczych. Posługuje się kategoriami używanymi w analizach filozoficznych.</p> <p>Trafnie diagnozuje sytuację społeczną, polityczną i ekonomiczną oraz przewiduje i wyjaśnia podstawowe zjawiska społeczno-polityczne.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Doskonali i uzupełnia nabytą wiedzę i umiejętności. Formułuje własne poglądy polityczne i społeczne oraz dokonuje świadomych wyborów. Jest świadom konieczności poszerzania wiedzy z zakresu nauk społecznych do wykonywania zawodu dziennikarza.</p>	<p>Opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa bądź zaliczenie ustne lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
	Socjologia lub Konflikty społeczne i ich znaczenie			
	Antropologia kultury			
	Teoria organizacji i zarządzania			
	Polityka we współczesnej Polsce			
	Psychologia społeczna			
	Wybrane nurty kultury współczesnej			

Grupa II. Medioznawczy	Historia mediów	<p><u>Wiedza:</u> Zna terminologię z zakresu socjologii mediów i historii mediów. Zna zjawiska współczesne w mediach i mechanizmy rządzące rynkiem mediów. Zna najważniejsze modele i sposoby organizacji struktur redakcyjnych. Zna cechy najważniejszych gatunków i form dziennikarskich.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Analizuje zjawiska w obszarze mediów i komunikacji społecznej. Potrafi napisać różne formy tekstów dziennikarskich i ocenić wartość merytoryczną i formalną różnych form wypowiedzi dziennikarskich. Potrafi przygotować projekt medialny i projekt kampanii reklamowej. <u>Kompetencje społeczne:</u> Prawidłowo identyfikuje dylematy zawodowe dziennikarza. Rozumie potrzebę samokształcenia. Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.</p>	<p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa bądź zaliczenie ustne lub wykonanie projektu lub debaty lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
	Socjologia mediów			
	Gatunki dziennikarskie			
	Systemy medialne na świecie			
	Polski system medialny			
	Zarządzanie mediami			

Grupa III. Komunikacja	Nauka o komunikowaniu	<p><u>Wiedza:</u> Ma wiedzę na temat komunikacji społecznej i jej procesów. Wie, jak zmieniały się poglądy na temat komunikowania. Ma świadomość kompleksowej natury języka. Ma informacje teoretyczne z zakresu kultury języka. Zna narzędzia manipulacji językowej.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Przygotowuje typowe wystąpienia ustne i pisemne zgodnie z wymogami normy językowej współczesnego języka polskiego. Potrafi uczestniczyć w wystąpieniach publicznych i prowadzić debaty i dyskusje, a także przygotować i wdrożyć projekty społeczne.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Jest odporny na manipulacje stosowane w mediach.</p>	<p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź zaliczenie ustne lub wykonanie projektu lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
	Kompetencje medialne			
	Kultura języka			
	Stylistyka praktyczna			
	Retoryka i erystyka			
	Promocja i reklama			

Grupa IV. Warsztat pracy specjalisty ds. komunikacji	Edytorstwo tekstów	<p><u>Wiedza:</u> Ma podstawową wiedzę na temat warsztatu pracy dziennikarza, tj. ma wiedzę na temat etapów obróbki tekstu od napisania do druku; zna zasady emisji głosu i higieny pracy z głosem; rozpoznaje elementarne zagadnienia warsztatu fotograficznego oraz ma podstawową wiedzę na temat technologii informacyjnych i ich wykorzystania w pracy umysłowej.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Potrafi opracować tekst do celów wydawniczych. Stosuje właściwe techniki pracy głosem. Posługuje się odpowiednimi środkami formalnymi i technologicznymi, używa odpowiednich narzędzi w projektach fotograficznych oraz posługuje się programami komputerowymi w pracy umysłowej.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Nawiązuje umiejętnie kontakt ze słuchaczem, świadomie stosuje skuteczne techniki wzmocnienia przekazu. Ma świadomość konieczności samokształcenia.</p>	<p>Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub wykonanie projektu.</p>
	Emisja głosu			
	Nowoczesne technologie pracy umysłowej			
	Warsztat fotografii			

Grupa V. Prawo i etyka	Prawo mediów i prawo autorskie	<p><u>Wiedza:</u> Ma wiedzę o najważniejszych podmiotach właściwych rynku mediów, ich strukturze, funkcjach oraz podstawach prawnych funkcjonowania. Ma wiedzę w zakresie występowania zagrożeń, sposobów ich badania, działania i przeciwdziałania w wybranych, najważniejszych obszarach dziennikarstwa. Ma wiedzę w zakresie podstawowych instytucji i podmiotów systemu medialnego. Student definiuje pojęcia z zakresu etyki dziennikarskiej, opisuje główne problemy etyczne współczesnych dziennikarzy.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student prawidłowo posługuje się normami prawnymi z wybranych dziedzin prawa w celu oceny kwalifikacji prawnej danego stanu lub zdarzenia. Potrafi posługiwać się językiem specjalistycznym właściwym dla nauk o komunikacji i mediach. Student analizuje pod kątem etycznym poszczególne przypadki naruszeń zasad etyki dziennikarskiej przez dziennikarzy. Formułuje wskazania dotyczące działań powiniennych dziennikarzy we współczesnym świecie.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Posiada przygotowanie do pracy w instytucjach i podmiotach realizujących zadania z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Student osądza postawy przedstawicieli współczesnego świata dziennikarskiego.</p>	<p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja.</p>
	Dziennikarstwo a prawa człowieka			
	Etyka dziennikarska			

Grupa VI a. Przedmioty specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media	Wywiad w pracy dziennikarza	<u>Wiedza:</u> Ma poszerzoną wiedzę na temat twórczego pisania tekstów, reportażu, filmu dokumentalnego, publicystyki kulturalnej. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy dziennikarza prasowego, radiowego, internetowego, telewizyjnego. Ma wiedzę na temat technik i form dokumentalnych. Zna cechy mediów tradycyjnych i nowych mediów. <u>Umiejętności:</u> Student potrafi analizować i interpretować formy dokumentalne. Potrafi skutecznie wyszukiwać i legalnie wykorzystywać informacje na każdy temat (m.in. zasobów sieci internetowej). Potrafi tworzyć i redagować materiały, także internetowe. Potrafi przeprowadzić wywiad i stworzyć scenariusz krótkometrażowego filmu dokumentalnego. Potrafi napisać krótką formę dziennikarską na temat bieżących wydarzeń kulturalnych. Potrafi napisać newsa. Potrafi właściwie pracować z urządzeniem nagrywającym dźwięk. Potrafi stworzyć rozbudowaną stronę www., przetwarzać i wyszukiwać dane. Krytycznie analizuje wpływ nowych mediów na życie człowieka. <u>Kompetencje społeczne:</u> Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą dziennikarza. Potrafi określić priorytety służące	Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub wykonanie projektu lub debaty lub kolokwium (ustne bądź pisemne)
	Creative writing I			
	Creative writing II			
	Reportaż i dokument I			
	Reportaż i dokument II			
	Warsztat dziennikarza I			
	Warsztat dziennikarza II			
	Warsztat dziennikarza III			
	Warsztat dziennikarza IV			
	Branding medialny			
	Publicystyka kulturalna			
	Publicystyka polityczna			
	Tworzenie stron www			
	Dziennikarstwo sportowe			
Start-up medialny				
Technika realizacji telewizyjnej				

	Przetwarzanie i wizualizacja danych	realizacji zadania, określonego przez siebie lub przez innych. Potrafi działać w sposób przedsiębiorczy.		
Grupa VI a. Przedmioty specjalnościowe: specjalność branding i public relations	Komunikacja wizualna I	<p><u>Wiedza:</u> Student zna zasady prawne i etyczne obowiązujące w branży PR. Zna podstawowe kategorie marek i branding. Posiada poszerzoną wiedzę na temat warsztatu fotografii komercyjnej. Zna mechanizmy determinujące proces komunikacji interpersonalnej. Posiada wiedzę z zakresu wystąpień publicznych. Posiada wiedzę z zakresu historii i zasad projektowania komunikacji, a także zakresu narzędzi wykorzystywanych w działaniach marketingowych.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student umie prowadzić badania brandingowe. Potrafi przygotować plan komunikacyjny. Wdraża określone techniki celem usprawnienia komunikacji. Posługuje się niezbędnymi pojęciami funkcjonującymi w obszarze public relations. Stosuje narzędzia z zakresu zwiększenia efektywności pracy zespołowej. Analizuje i konstruuje przekazy wizualne. Posiada umiejętność pisania tekstów specjalistycznych dla różnych branż. Posługuje się rozbudowanymi narzędziami multimedialnymi w pracy.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Student doskonali umiejętność pracy w zespole. Potrafi występować publicznie. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą specjalisty z zakresu komunikowania.</p>	Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub wykonanie projektu lub debaty lub kolokwium (ustne bądź pisemne)
	Komunikacja wizualna II			
	Komunikowanie interpersonalne			
	Teoria i narzędzia PR			
	Prezentacje i wystąpienia publiczne			
	Prawne i etyczne aspekty działalności PR			
	Językowe techniki oddziaływania na odbiorcę			
	Marketing i reklama w nowych mediach			
	Podstawy grafiki komputerowej			
	Warsztat rzecznika prasowego			
	Branding			
	Marketing terytorialny			
	Public affairs			
	Zarządzanie projektami			
Fotografia reklamowa i korporacyjna				
Custom publishing				

	Start-up kreatywny			
Grupa VII. Przedmioty do wyboru	Wykład ogólnouniwersytecki/ monograficzny I	<p><u>Wiedza:</u> Poszerza wiedzę ogólną w zależności od tematyki wykładu. Nabywa wiedzę z zakresu realizowanego konwersatorium, definiuje i objaśnia najważniejsze pojęcia z danego zakresu.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku. Doskonali umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych, doskonali znajomość wybranego języka obcego na poziomie B2. Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Ma świadomość konieczności samokształcenia. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny.</p>	<p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.</p>	<p>Sposób weryfikacji efektów uczenia się zależy od prowadzących wykłady ogólnouniwersyteckie. W przypadku konwersatoriów: obecność na zajęciach i aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); dłuższe wypowiedzi pisemne na zadany temat; kolokwia sprawdzające wiedzę; prezentacje.</p>
	Wykład ogólnouniwersytecki/ monograficzny II			
	Wykład ogólnouniwersytecki/ monograficzny III			
	Wykład ogólnouniwersytecki/ monograficzny IV			
	Konwersatorium do wyboru (j. pol.)			
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)			

Grupa VIII. Praca dyplomowa i przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Metody i techniki badań	<p><u>Wiedza:</u> Student rozpoznaje i rozróżnia metody badań. Zna kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez siebie tematu i używa owych kategorii i pojęć.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student potrafi samodzielnie rozpoznać problem badawczy, dobrać właściwą metodę do problemu badawczego, samodzielnie sformułować temat pracy licencjackiej i opracować plan pracy, właściwie używa kategorii i pojęć z zakresu metodologii badań społecznych stosowanych w swojej pracy.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Student prawidłowo określa priorytety służące realizacji zadania. Zachowuje standardy etyczne w pracy badawczej.</p>	<p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin pisemny bądź ustny, pisemna praca zaliczeniowa lub projekt lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
	Pracownia badań medioznawczych			
	Seminarium dyplomowe			
Wychowanie fizyczne	Wychowanie fizyczne	<p>Efekty kształcenia są określane przez jednostkę UMK prowadząca zajęcia z zakresu wychowania fizycznego.</p>	<p>Metody wskazane przez Uniwersyteckie Centrum Sportowe</p>	<p>Obecność na zajęciach</p>

<p>Lektorat z języka obcego</p>	<p>Język obcy specjalistyczny I</p>	<p><u>Wiedza:</u> Ma opanowany szeroki zasób słownictwa, wyrażeń i zwrotów pozwalających na płynną komunikację w języku obcym w sytuacjach zarówno ogólnych jak i związanych z kierunkiem studiów Zna struktury gramatyczne w zakresie morfologii i składni. Zna podstawowe zasady fonetyczne i słowotwórcze.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Rozumie ustne i pisemne przekazy w języku obcym oraz dłuższe wypowiedzi i wykłady na tematy związane z dziedziną studiów. Potrafi porozumiewać się w języku obcym przy użyciu różnych kanałów i technik na tematy ogólne i związane z dziedziną studiów. Potrafi czytać i słuchać ze zrozumieniem, tłumaczyć, analizować i interpretować różnego rodzaju teksty i komunikaty słowne w języku obcym oraz znajdować w nich informacje potrzebne do funkcjonowania w życiu codziennym oraz środowisku akademickim. Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych dla celów akademickich w zakresie języka ogólnego oraz zagadnień właściwych dla studiowanego kierunku.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Rozumie potrzebę znajomości języka obcego we współczesnym świecie. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy językowej i potrzebę ciągłego doskonalenia umiejętności językowych. Potrafi pracować w grupie przyjmując w niej różne role. Jest przygotowany do funkcjonowania w otoczeniu kulturowo i językowo odmiennym.</p>	<p>Metody wskazane przez Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.</p>	<p>Egzamin ustny i pisemny lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
--	-------------------------------------	--	--	---

Praktyki**	Praktyki	<u>Wiedza:</u> Student ma elementarną wiedzę o BHP w organizacjach medialnych i/lub przedsiębiorstwach branży reklamowej, branding i public relations. <u>Umiejętności:</u> Potrafi analizować proponowane rozwiązania konkretnych problemów w obszarze dziennikarstwa i komunikacji społecznej, proponuje odpowiednie rozstrzygnięcia w tym zakresie. <u>Kompetencje społeczne:</u> samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę	Metody wskazane przez pracodawców, u których studenci odbywają praktyki.	Zadania praktyczne zleczone przez przedsiębiorcę, który szkoli studenta w ramach praktyk.
Praktyki				
Wymiar praktyk	120 godzin			
Forma odbywania praktyk	Metody wskazane przez pracodawców, u których studenci odbywają praktyki			
Zasady odbywania praktyk	<p>Studenci w trakcie realizacji praktyk powinni osiągnąć efekty kształcenia przyjęte dla programu praktyk na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Potwierdzenie osiągnięcia efektów kształcenia odbywa się w dzienniku praktyk.</p> <p>Studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej powinni odbywać praktyki w organizacjach medialnych, takich jak: stacje telewizyjne i radiowe, redakcje czasopism, portale internetowe oraz w agencjach public relations, agencjach reklamowych, biurach do spraw promocji, biurach rzeczników prasowych, terytorialnych instytucjach samorządowych i administracji rządowej, organizacjach pozarządowych i stowarzyszeniach, a także w instytucjach i przedsiębiorstwach, w których istnieje konieczność kreowania wizerunku firmy oraz komunikacji z otoczeniem. Możliwe jest odbywanie praktyki również w instytucjach Unii Europejskiej.</p> <p>Miejsca praktyki studenci organizują we własnym zakresie. Zakres działalności podmiotów gospodarczych (zwanych dalej "zakładami pracy") lub instytucji, u których studenci zamierzają odbyć praktykę zawodową muszą być zgodne z kierunkiem studiów. Studenci odbywają praktyki zawodowe na podstawie umowy zawartej przez UMK reprezentowany przez Dziekana Wydziału z jednostką przyjmującą studenta.</p>			

Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS

Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:

Lp	Dyscyplina naukowa lub artystyczna	Punkty ECTS	
		liczba	%
1.	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	151	87,8
2.	Nauki socjologiczne	13	7,5
3.	Psychologia	4	2,3
4.	Filozofia	4	2,3
...	#pozostałe	8	-

Grupy przedmiotów zajęć	Przedmiot	Liczba punktów ECTS	Liczba ECTS w dyscyplinie: (wpisać nazwy dyscyplin) <i>KM – nauki o komunikacji i mediach</i> <i>S – nauki socjologiczne</i> <i>PS - psychologia</i> <i>F – filozofia</i> <i>P - pozostałe</i>	Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru	Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli	Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje realizując: zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub

			KM	S	PS	F	P		akademick ich lub innych osób prowadzą cych zajęcia	dyscyplinach , do których przyorządk owany jest kierunek studiów/ zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne
Grupa I: Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych	Filozofia człowieka lub Filozofia techniki	4	-	-	-	4	-	4	2	4
	Socjologia lub Konflikty społeczne i ich znaczenie	4	-	4	-	-	-	4	2	4
	Antropologia kultury	3	-	3	-	-	-	-	1,5	3
	Teoria organizacji i zarządzania	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Polityka we współczesnej Polsce	3	-	3	-	-	-	-	1,5	3
	Psychologia społeczna	4	-	-	4	-	-	-	2	4
Wybrane nurty kultury współczesnej	3	-	3	-	-	-	-	1,5	3	
Grupa II. Medioznawczy	Historia mediów I	2	2	-	-	-	-	-	1,5	2
	Historia mediów II	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Socjologia mediów	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Gatunki dziennikarskie	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Systemy medialne na świecie	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Polski system medialny	7	7	-	-	-	-	-	3	7

	Zarządzanie mediami	2	2	-	-	-	-	-	1	2
Grupa III. Komunikacja	Nauka o komunikowaniu	4	4	-	-	-	-	-	1,5	4
	Kompetencje medialne	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Kultura języka	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Stylistyka praktyczna	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Retoryka i erystyka	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Promocja i reklama	2	2	-	-	-	-	-	1	2
Grupa IV. Warsztat pracy specjalisty ds. komunikacji	Edytorstwo tekstów	2	2	-	-	-	-	-	1,5	2
	Emisja głosu	1	1	-	-	-	-	-	0,5	1
	Nowoczesne technologie pracy umysłowej	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Warsztat fotografii	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
Grupa V. Prawo i etyka	Prawo mediów i prawo autorskie	4	4	-	-	-	-	-	2	4
	Dziennikarstwo a prawa człowieka	2	2	-	-	-	-	-	1	2
	Etyka dziennikarska	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
Grupa VI a. Przedmioty specjalnościowe: Specjalność dziennikarstwo i nowe media	Wywiad w pracy dziennikarza	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Creative writing I	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Creative writing II	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Reportaż i dokument I	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Reportaż i dokument II	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza I	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3

	Warsztat dziennikarza II	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza III	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza IV	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Branding medialny	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Publicystyka kulturalna	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Publicystyka polityczna	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Tworzenie stron www	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Dziennikarstwo sportowe	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Start-up medialny	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Technika realizacji telewizyjnej	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Przetwarzanie i wizualizacja danych	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
Grupa VI b. przedmioty specjalnościowe: Specjalność branding i public relations	Komunikacja wizualna I	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Komunikacja wizualna II	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Komunikowanie interpersonalne	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Teoria i narzędzia PR	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Prezentacje i wystąpienia publiczne	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Prawne i etyczne aspekty działalności PR	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Językowe techniki oddziaływania na odbiorcę	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Marketing i reklama w nowych mediach	4	4	-	-	-	-	4	2	4

	Podstawy grafiki komputerowej	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat rzecznika prasowego	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Branding	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Marketing terytorialny	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Public affairs	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Zarządzanie projektami	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Fotografia reklamowa i korporacyjna	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Custom publishing	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Start-up kreatywny	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
Grupa VII. Przedmioty do wyboru	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny I	2		-	-	-	2	2	1,5	2
	Wykład ogólnouniwersytecki/Monograficzny II	2		-	-	-	2	2	1,5	2
	Wykład ogólnouniwersytecki/Monograficzny III	2		-	-	-	2	2	1,5	2
	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny IV	2		-	-	-	2	2	1,5	2
	Konwersatorium do wyboru (j. pol.)	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)	5	5	-	-	-	-	5	2	5
Grupa VIII. Praca dyplomowa i przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Metody i techniki badań	8	8	-	-	-	-	-	3,5	8
	Pracownia badań medioznawczych	1	1	-	-	-	-	-	0,5	1
	Seminarium dyplomowe	8	8	-	-	-	-	8	4,5	8

Wychowanie fizyczne	Wychowanie fizyczne	0	-	-	-	-	-	-	-	-
Lektorat z języka obcego	Język obcy specjalistyczny I	7	7	-	-	-	-	7	5	-
Praktyki	praktyki	5	5	-	-	-	-	5	0	-
RAZEM:		180	151/ 87,8%	13/ 7,5%	4/ 2,3%	4/ 2,3%	8/ #	96/ 55,8%	90,5/ 50,3%	168/ 93,3%

* załącznikiem do programu studiów jest opis treści programowych dla przedmiotów

Punkty ECTS nie zostały wliczone do ogólnej puli punktów, ze względu na trudności z określeniem dyscypliny (wykłady ogólnouniwersyteckie/monograficzne)

Na kierunku studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stopień pierwszy, studia stacjonarne obowiązuje rozliczenie semestralne.

Studenci, dodatkowo, zobowiązani są do zaliczenia internetowego kursu BHP.

Studenci mają też możliwość uczestniczenia w szkoleniu bibliotecznym (fakultatywnie).

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

Program studiów został uchwalony na posiedzeniu Rady Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych w dniu 16.04.2019 r.

Dziekan

Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych

dr hab. Zbigniew Karpus prof. UMK