

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

Wydział prowadzący studia:		Wydział Filozofii i Nauk Społecznych
Kierunek, na którym są prowadzone studia:		dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów:		studia drugiego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:		poziom 7
Profil studiów:		ogólnoakademicki
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:		magister
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:		Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach 100% Dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
Symbol	Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:	
WIEDZA		
K_W01	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna miejsce dyscypliny w systemie nauk i relacje wobec innych nauk (w szczególności politologii, socjologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, psychologii, kulturoznawstwa, filozofii, ekonomii).	
K_W02	Ma pogłębioną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań, dysponuje pogłębioną znajomością metod, technik i narzędzi badawczych właściwych dla medioznawstwa i komunikologii oraz wiedzą o metodach i narzędziach właściwych dla dyscyplin pokrewnych, których implementacja jest możliwa na gruncie dziennikarstwa i komunikacji społecznej.	
K_W03	Ma pogłębioną, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową właściwą dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji językowej i wizualnej, komunikowania, masowego, komunikacji marketingowej.	
K_W04	Zna i rozumie główne tendencje rozwojowe w naukach o komunikacji i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji międzykulturowej, teorii komunikacji i mediów, mediów lokalnych.	
K_W05	Zna i rozumie współczesne dylematy związane z komunikowaniem się i zagrożeniami wynikającymi z korzystania z mediów, ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii komunikacyjnych.	
K_W06	Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej (dziennikarskiej, marketingowej) związanej z funkcjonowaniem mediów (w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego).	
K_W07	Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości, zwłaszcza podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w sferze komunikacji społecznej; rozumie prawa i zasady funkcjonowania rynku informacyjnego jako sfery gospodarki.	
UMIEJĘTNOŚCI		

K_U01	Wykorzystuje, selekcjonuje, ocenia, przetwarza (tj. analizuje, syntezuje, interpretuje), prezentuje informacje ze źródeł tradycyjnych i elektronicznych z punktu widzenia nauk o komunikacji społecznej i mediach.
K_U02	Wykorzystuje posiadaną wiedzę przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi badawczych, a także zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.
K_U03	Wykorzystując metody i narzędzia właściwe nauce komunikacji społecznej i mediach, potrafi prognozować i modelować złożone procesy społeczne oraz ich praktyczne skutki obejmujące zjawiska z różnych obszarów życia społecznego.
K_U04	W oparciu o właściwie zanalizowane przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych, formułuje własne opinie, stawia hipotezy badawcze i weryfikuje je.
K_U05	Komunikuje się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym sprawnie posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnych problemów z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej; dysponuje ww. umiejętnościami w rozszerzonym zakresie w odniesieniu do obszaru nowych mediów.
K_U06	Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki komunikacji społecznej i mediach, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutuje o nich.
K_U07	Posługuje się językiem obcym na poziomie B2+ Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią o zagadnieniach stanowiących przedmiot zainteresowania dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
K_U08	Planuje i organizuje pracę indywidualną oraz w zespole badawczym, projektowym, redakcyjnym.
K_U09	Współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmuje wiodącą rolę w zespołach projektowych, badawczych, redakcyjnych.
K_U10	We własnym zakresie planuje i realizuje proces samokształcenia przez całe życie i ukierunkowuje innych w tym zakresie.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu nauk o komunikacji i mediach.
K_K02	Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.
K_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.
K_K04	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego.
K_K05	Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.
K_K06	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, np. rozwijania dorobku zawodowego i podtrzymywania etosu zawodowego.
K_K07	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, np. przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.

Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

Część B) programu studiów

Wydział prowadzący studia:	Wydział Filozofii i Nauk Społecznych
Kierunek na którym są prowadzone studia:	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów:	studia drugiego stopnia
Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:	poziom 7
Profil studiów:	ogólnoakademicki
Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:	Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) Dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach
Forma studiów:	stacjonarne
Liczba semestrów:	4
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:	120
Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:	770
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister
Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:	Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest prestiżowy, cechuje się wysokim poziomem kształcenia. Jego zapewnienie jest możliwe dzięki licznym badaniom naukowym prowadzonym przez pracowników Wydziału, a w szczególności przez pracowników Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa. 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, oczekiwań środowiska gospodarczego, instytucji samorządowych i organizacji tworzących infrastrukturę. Dlatego w programie znalazły się przedmioty, takie jak sztuczna inteligencja

			czy dezinformacja i jej przeciwdziałanie, które są odpowiedzią na rosnącą rolę nowych technologii w pracy dziennikarza czy pr-owca, ale też i zagrożeń związanych z nowoczesną komunikacją. Uniwersytet jest świadom ww. tendencji, co odzwierciedla Strategia UMK na lata 2021-2026. Zgodnie z przyjętym dokumentem, Uniwersytet ma m.in.: powiązać ofertę i treści kształcenia z wyzwaniami przyszłości, potrzebami społeczeństwa i rynku pracy. Ponadto Uniwersytet oferuje model kształcenia oparty na całościowej wizji człowieka, łącząc zdobywanie wiedzy i sprawności intelektualnej z rozwojem kompetencji społecznych i emocjonalnych, a także z umiejętnościami skutecznej komunikacji, samoorganizacji, twórczego rozwiązywania problemów, przedsiębiorczości oraz profesjonalnego wykorzystywania technologii ICT. Dlatego na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest kładziony nacisk na kształcenie kompetencji miękkich w połączeniu ze znajomością nowoczesnych technik komunikacji i. 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.	
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
		Wiedza:		

Grupa przedmiotów I. Komunikacja i kultura	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	Student definiuje najważniejsze pojęcia z zakresu ww. przedmiotów, kompleksowo opisuje zależności między systemami mediów, kultury, polityki i społeczeństwa. Zna relację kultura – komunikacja. Umiejętności: Student analizuje poszczególne teorie i paradygmaty oraz stosuje je w przestrzeni komunikacyjnej, weryfikuje założenia teoretyczne z faktycznymi procesami zachodzącymi w komunikacji. Krytycznie odnosi się do prezentowanych koncepcji teoretycznych. Posiada umiejętność krytycznej analizy komunikowania masowego. Kompetencje społeczne: Student prawidłowo ocenia skalę wpływu mediów na życie społeczne, polityczne i kulturę. Zyskuje umiejętność komunikowania się w środowisku wielokulturowym i międzynarodowym, zdobywa kompetencje społeczne czyniące go aktywną jednostką w warunkach globalizacji. Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki o komunikowaniu i wiedzy o kulturze na dalszym etapie kształcenia.	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	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty
	Kultura popularna			
	Teorie komunikacji i mediów			
	Komunikowanie międzykulturowe			
	Kampanie wyborcze na świecie			
Grupa przedmiotów II. Społeczeństwo i media	Współczesne społeczeństwo polskie	Wiedza: Student definiuje zjawiska społeczne występujące w społeczeństwie polskim, jak również w skali międzynarodowej. Student objaśnia determinanty zjawisk społecznych występujących w różnych społeczeństwach, w tym w polskim. Student rozumie treści występujące w ramach zajęć, wymienia tytuły podstawowych mediów regionalnych.	Opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium
	Media lokalne i środowiskowe			
	Mediatyzacja			

	Wolność słowa i wolność mediów	Przedstawia ich historię. Student ma wiedzę o regułach prawa, normach etycznych, zawodowych oraz o koncepcjach organizacyjnych dotyczących obszaru nowych technologii. Umiejętności: Student wykorzystuje przyswojoną teorię do zbadania jak poszczególne zjawiska wpływają na siebie nawzajem. Student formułuje opinie dotyczące zjawisk, procesów, relacji we współczesnych społeczeństwach. Potrafi krytycznie analizować zjawiska zachodzące od ponad dwudziestu lat na polskim rynku mediów lokalnych i środowiskowych. Rozumie i ocenia rolę mediów lokalnych. Student rozumie i wyjaśnia, jaki wpływ wywiera wirtualny świat na rozwój stosunków międzyludzkich; student identyfikuje i objaśnia zalety i wady płynące z użytkowania nowoczesnych technologii. Kompetencje społeczne: W oparciu o uzyskaną wiedzę student nabywa kompetencje społeczne, przydatne m.in. w działalności zawodowej. Jest jednostką aktywną w warunkach globalizacji. Student wskazuje sposoby rozwiązań problemów związanych z użytkowaniem nowych mediów. Nabywa kompetencje społeczne ułatwiające funkcjonowanie w specyficznym środowisku komunikacyjnym, jaki stanowią współcześnie nowe media (tzw. kompetencje cyfrowe). Jest	przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji	(ustne bądź pisemne) lub debaty
	Spółeczeństwo informacyjne			
	Ochrona własności intelektualnej			

		jednostką aktywną, działającą w oparciu o normy prawne i etyczne.		
Grupa przedmiotów IIIa. Zajęcia specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media	Język mediów	Wiedza: Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat warsztatu dziennikarskiego, w tym pracy z nowymi technologiami. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej, a także ma wiedzę w zakresie ochrony informacji. Umiejętności: Dysponuje umiejętnościami w zakresie warsztatu dziennikarskiego, pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności. Kompetencje społeczne: Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.	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 kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty lub projekt
	Gatunki i formaty medialne w internecie			
	Projekty graficzne w nowych mediach			
	Produkcja multimedialna i video			
	Bezpieczeństwo informacyjne			
	Podcast			
Grupa przedmiotów IIIb. Zajęcia specjalnościowe: specjalność branding i	Zarządzanie komunikacją online	Wiedza: Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną	Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji,	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca
	Badania i strategię w brandingu			

komunikacja marketingowa		wiedzę na temat warsztatu branży marketingowej, PR, branding. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej.	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	zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty lub projekt
	Zarządzanie sytuacją kryzysową			
	Organizacja kampanii wyborczych			
	Marketing e-commerce	Umiejętności: Dysponuje umiejętnościami w zakresie komunikacji marketingowej i pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności.		
	Perswazja i manipulacja w reklamie	Kompetencje społeczne: Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.		
Grupa przedmiotów IV. Zajęcia do wyboru	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny	Wiedza: Student nabywa wiedzę w ramach realizowanego wykładu i konwersatorium, definiuje i objaśnia najważniejsze pojęcia z danego zakresu. Umiejętności: Doskonali umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych, w tym doskonali znajomość wybranego języka obcego na poziomie B2+. Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku.	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	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
	Konwersatorium do wyboru (j. polski)			
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)			

		Kompetencje społeczne: Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny.	refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy	sprawdzające wiedzę; prezentacje.
Lektorat z języka obcego	Język obcy specjalistyczny II	Wiedza: 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. Umiejętności: 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. Kompetencje społeczne: Rozumie potrzebę znajomości języka obcego	Metody wskazane przez Uniwersyteckie Centrum Języków Obcych	Egzamin ustny i pisemny lub kolokwium (ustne bądź pisemne)

		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.		
Praca magisterska i przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Seminarium magisterskie	Wiedza: Student rozpoznaje i rozróżnia podstawowe metody badań przydatne do planowania pracy magisterskiej, rozpoznaje podstawowe kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez siebie tematu i używa owych kategorii i pojęć we właściwy sposób. Umiejętności: Student potrafi samodzielnie rozpoznać problem badawczy, w ramach którego pisze pracę magisterską, potrafi samodzielnie sformułować temat pracy magisterskiej i opracować plan pracy, właściwie używa kategorii i pojęć z zakresu metodologii badań społecznych (medioznawczych) stosowanych w swojej pracy. Kompetencje społeczne: Student prawidłowo określa priorytety służące realizacji zadania.	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	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub projekt
	Metody badań medioznawczych			
Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:				
	Dyscyplina naukowa lub artystyczna		Punkty ECTS	
			liczba	%
1.	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		120	100

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 związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów/ zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne
			Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach	Pozostałe					
Grupa przedmiotów I. Komunikacja i kultura	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	5	5	-			-	2	5
	Kultura popularna	4	4	-			-	2	4
	Teorie komunikacji i mediów	8	8	-			-	4	8
	Komunikowanie międzykulturowe	5	5	-			-	2	5
	Kampanie wyborcze na świecie	4	4	-			-	2	4
Grupa przedmiotów II. Społeczeństwo i media	Współczesne społeczeństwo polskie	4	4	-			-	2	4

	Media lokalne i środowiskowe	3	3	-			-	1	3
	Mediatyzacja	5	5	-			-	2	5
	Wolność słowa i wolność mediów	5	5	-			-	2	5
	Społeczeństwo informacyjne	4	4	-			-	2	4
	Ochrona własności intelektualnej	5	5	-			-	2	5
Grupa przedmiotów IIIa. Zajęcia specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media	Język mediów	5	5	-			5	2	5
	Gatunki i formaty medialne w internecie	4	4	-			4	2	4
	Projekty graficzne w nowych mediach	4	4	-			4	2	4
	Produkcja multimedialna i video	3	3	-			3	1,5	3
	Bezpieczeństwo informacyjne	4	4	-			4	2	4
	Podcast	4	4	-			4	2	4
Grupa przedmiotów IIIb. Zajęcia specjalnościowe: specjalność branding i komunikacja marketingowa	Zarządzanie komunikacją online	5	5	-			5	2	5
	Badania i strategie w branding	4	4	-			4	2	4

	Zarządzanie sytuacją kryzysową	4	4	-			4	2	4
	Organizacja kampanii wyborczych	3	3	-			3	1,5	3
	Marketing e-commerce	4	4	-			4	2	2
	Perswazja i manipulacja w reklamie	4	4	-			4	2	2
Grupa przedmiotów IV. Zajęcia do wyboru	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny	4	-	4			4	2	-
	Konwersatorium do wyboru (j. polski)	3	3	-			3	1,5	3
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)	5	5	-			5	2	5
Lektorat z języka obcego	Język obcy specjalistyczny II	3	3	-			3	1,5	-
Praca magisterska i przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Seminarium magisterskie	21	21	-			21	11	21
	Metody badań medioznawczych	8	8	-			-	3	8
RAZEM:		120	116/ 97%	4/3%			50/41,7%	55,5/46,25%	113/94,2%

Na kierunku studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stopień drugi, studia stacjonarne obowiązuje rozliczenie roczne.

Studenci zobowiązani są do zaliczenia internetowego kursu BHP.

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

Grupy przedmiotów	Przedmiot	Treści programowe
Grupa przedmiotów I. Komunikacja i kultura	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	Problematyka zajęć oscyluje wokół zmiany kulturowej (od kultury nowoczesnej do ponowoczesnej) w odniesieniu do rozwoju mediów (od tradycyjnych do tzw. nowych mediów). Podczas kolejnych zajęć jest ona analizowana jako rezultat tłoczenia treści medialnych i przyswajania ich przez jednostki i całe społeczeństwa bez proponowanej tu dozy krytycyzmu i dystansu. Zajęcia mają za zadanie rozwijać umiejętności i kompetencje w zakresie operacjonalizacji wiedzy o mediach masowych w sferze badań i analizy efektów ich oddziaływania na jednostki i makrostruktury.
	Kultura popularna	Celem zajęć jest zaznajomienie studentów z głównymi teoriami i wynikami badań nad kulturą popularną. Studenci podejmują trud zdefiniowania kultury popularnej oraz określenia jej znaczenia dla współczesnego człowieka. W trakcie cyklu zajęć studenci będą analizować takie obszary kultury popularnej, jak: kicz i jego obecność w sztuce i życiu codziennym, muzyka; film i film animowany; telewizja/radio/Internet; znaczenie seriali; literatura, komiks, gry komputerowe, odzież, celebryci, jedzenie.
	Teorie komunikacji i mediów	Zajęcia dotyczą teoretycznych i historycznych aspektów zasygnalizowanych w jego nazwie. Obejmuje takie zagadnienia, jak teoria społeczeństwa masowego, różne teorie propagandy, teoria ograniczonego wpływu mediów, teorie normatywne, teoria determinizmu technologicznego. Ponadto studenci poznają mechanizmy rządzące algorytmizacją i digitalizacją rzeczywistości społecznej, kulturowej i politycznej – zarówno w teorii, jak i praktyce. Analizują uwarunkowania rządzące tymi mechanizmami, odnoszą je do konkretnych przypadków i zjawisk oraz przeprowadzają ich krytyczną analizę, dzięki czemu jest uczą się opisywać rzeczywistość medialną.
	Komunikowanie międzykulturowe	Problematyka zajęć jest ukierunkowana na różnice w sposobie rozumienia zjawisk społecznych, zasad regulujących układy społeczne, relacje międzyludzkie i sposób życia jednostek w zależności od zaprogramowania kulturowego. Wybrane kultury wschodnie i zachodnie służą tu jako egzemplifikacja specyficznych kodów kulturowych, które implikują określony sposób myślenia i zachowania. Podstawowa znajomość tych kodów otwiera drogę do satysfakcjonujących i ciekawych kontaktów z cudzoziemcami zarówno w życiu prywatnym jak i zawodowym, w tym w biznesie i dziennikarstwie. Jest także warunkiem właściwej oceny działań (jednostkowych i zbiorowych, politycznych i społecznych) podejmowanych w środowisku międzynarodowym, co jest szczególnie ważne w przypadku publicznego ich komentowania i kreowania opinii, w tym stosunku do imigrantów.
	Kampanie wyborcze na świecie	Na podstawie analizy licznych przypadków (głównie z amerykańskich i europejskich kampanii wyborczych), uczestnicy kursu nabywają wiedzę w zakresie reguł kampanii wyborczych, opracowywania i implementowania strategii oraz o zachowań elektoratu. W celu lepszego przyswojenia wiedzy studenci będą oglądać fragmenty filmów i seriali political fiction.
Grupa przedmiotów II. Społeczeństwo i media	Współczesne społeczeństwo polskie	Celem zajęć jest zachęcenie studentów do dyskusji na temat współczesnych problemów polskiego społeczeństwa. Odnoszą się one do bardzo zróżnicowanych kwestii, poczynając od charakterystyki

		struktury społecznej poprzez kształtowanie się systemu politycznego i wyborczego oraz ekonomicznych warunków egzystencji. Istotnym elementem zajęć jest także zachęcenie studentów do wniesienia własnych propozycji tematycznych do dyskusji, która powinna dotyczyć kwestii budzących szczególne zainteresowanie opinii publicznej.
	Media lokalne i środowiskowe	Celem zajęć jest przybliżenie specyfiki mediów lokalnych (np. regionalnych), środowiskowych i specjalistycznych (np. media parafialne, akademickie, sportowe, muzyczne) oraz specyfiki uprawiania zawodu/misji dziennikarskiej w tych sektorach medialnych. Problematyka ta jest omawiana w kontekście szerszym, bo obejmującym zagadnienia mediów globalnych i ogólnokrajowych oraz historii mediów (rozwój prasy, rozwój sfery publicznej) i ich obecnych uwarunkowań (dziennikarstwo online, bańki informacyjno-medialne).
	Mediatyzacja	Celem tego kursu jest unaocznienie efektów oddziaływania mediów masowych w sferze publicznej i prywatnej. Uwaga będzie koncentrowana na takich problemach, jak logika mediów, poziom stroniczości, wydarzenia medialne czy celebrytyzacja. Duży nacisk zostanie położony na efekty związane z funkcjonowaniem internetu (głównie mediów społecznościowych) – zwłaszcza te zachodzące w sferze emocjonalnej. Dominować będą przypadki zachodzące w państwach demokratycznych, ale nie zabraknie również kasusów z państw autokratycznych.
	Wolność słowa i wolność mediów	Podczas zajęć jest omówiona historia idei wolności słowa od czasów starożytności do czasów współczesnych oraz główne standardy ochrony wypowiedzi w dzisiejszym świecie, wyznaczone przede wszystkim orzecznictwem Sądu Najwyższego USA i Europejskiego Trybunału Praw Człowieka (ETPC) w Strasburgu. Wolność mediów pozostaje z natury rzeczy pochodną wolności słowa, co jednak nie prowadzi do marginalizacji tej pierwszej na rzecz drugiej. Dużo uwagi na zajęciach poświęca się różnym formom cenzury oraz najważniejszym przypadkom naruszenia wolności wypowiedzi rozpatrzonym przez oba wspomniane trybunały. W konsekwencji student potrafić krytycznie ocenić wartość różnych teorii wolności słowa; potrafić podjąć dyskusję na temat konkretnych przypadków ograniczania wolności słowa i mediów.
	Społeczeństwo informacyjne	Celem kursu jest przybliżenie studentom globalnych koncepcji społeczeństwa informacyjnego, ukazanie głównych tendencji w jego rozwoju oraz omówienie korzyści i zagrożeń dla użytkowników globalnej sieci. W ramach kursu będą omawiane kwestie konceptualizacji społeczeństwa informacyjnego, roli informacji, technik informacji i komunikacji. Istotne będzie też analizowanie współczesnego rynku informacyjnego i zwrócenie uwagi na takie kwestie, jak: dezinformacja, sztuczna inteligencja, inwigilacja a prywatność, e-commerce.
	Ochrona własności intelektualnej	W czasie zajęć prezentowane są podstawowe zasady i reguły dotyczące ochrony własności intelektualnej, takie jak: przedmiot, podmiot, przesłanki ochrony, środki ochrony, odpowiedzialność prawna. Oprócz powyższego celem przedmiotu jest kształtowanie świadomości zawodowej twórcy w zakresie przysługujących praw ochronnych do twórczości plastycznej i możliwości ich praktycznego

		egzekwowania oraz unikania kolizji z prawem. Ponadto jest istotne nabycie wiedzy wzmacniającej pozycję twórcy jako strony umów autorskich.
Grupa przedmiotów IIIa. Zajęcia specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media	Język mediów	Zajęcia mają na celu przygotowanie studentów do rzetelnej pracy z tekstem mówionym i pisanym, przy zachowaniu najwyższych standardów dziennikarskich. Podczas kursu są analizowane przykłady różnych przekazów medialnych, m.in. programów informacyjnych, reportaży czy debat politycznych, pod kątem zarówno ich warstwy językowej, jak i funkcji opiniotwórczej. W ramach zajęć analizowane i dyskutowane są różne zjawiska identyfikowane we współczesnych przekazach medialnych, takie jak: agresja i przemoc, hejt, perswazja i manipulacja, stronnictwo, tabloidyzacja i infantylizacja, naruszanie tabu, potoczność i wulgaryzacja języka.
	Gatunki i formaty medialne w internecie	Przedmiot kształtuje wiedzę o różnorodnych sposobach przedstawiania treści w przestrzeni internetowej, jak np. blogi, podcasty, filmy wideo, infografiki, fotocasty itd. Studenci poznają charakterystyki i techniki narracyjne poszczególnych gatunków, a także kwestię interaktywności w publikacjach online. Zajęcia praktyczne umożliwiają studentom tworzenie treści w różnych formatach oraz efektywne korzystanie z narzędzi dostępnych w internecie.
	Projekty graficzne w nowych mediach	Przedmiot jest poświęcony zagadnieniom tworzenia i edycji różnorodnych form multimediów. W trakcie zajęć są przedstawione podstawowe narzędzia do tworzenia, edycji grafiki rastrowej oraz wektorowej, projektowania grafiki użytkowej (DTP) oraz edycji materiałów wideo. W ramach przedmiotu studenci mają możliwość zapoznania się z wiedzą oraz zdobyć umiejętności z zakresu tworzenia i edycji najpopularniejszych typów multimediów (grafika, audio, wideo).
	Produkcja multimedialna i video	W ramach przedmiotu, studenci poznają i analizują zagadnienia z zakresu współczesnych społecznych i kulturalnych oraz wizualnej komunikacji medialnej. Uczą się posługiwać formatami wideo i formatami multimedialnymi, a także planować i organizować proste wydarzenia multimedialne, spoty reklamowe oraz transmisje streamingowe.
	Bezpieczeństwo informacyjne	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z problematyką bezpieczeństwa informacyjnego, rozumianego jako ochrona informacji, obejmująca wszystkie formy wymiany informacji (także werbalne). Istotne jest zapoznanie studentów z bezpieczeństwem teleinformatycznym i teleinformatycznym. Poruszane są takie kwestie, jak: analiza ryzyka w systemach teleinformatycznych, dane osobowe, cyberwojna, poziom bezpieczeństwa informacyjnego w Polsce, przykłady zagrożeń bezpieczeństwa teleinformatycznego państwa.
	Podcast	Przedmiot obejmuje wiedzę o tworzeniu i produkcji podcastów jako formy nowoczesnego dziennikarstwa audio. Uczestnicy zapoznają się z różnymi odmianami podcastów, technikami narracyjnymi oraz aspektami technicznymi. Kurs wprowadza studentów w projektowanie formatu programu, pisanie scenariuszy, prowadzenie wywiadów oraz edycję dźwięku. Zadaniem studentów jest realizacja własnych projektów podcastów.
Grupa przedmiotów IIIb. Zajęcia	Zarządzanie komunikacją online	Kurs zorientowany jest na zgłębianie wiedzy związanej z zarządzaniem komunikacją online z wykorzystaniem narzędzi PR. Pierwsza część kursu zorientowana jest na zdobycie wiedzy z zakresu

specjalnościowe: specjalność branding i komunikacja marketingowa		specyfiki komunikacji online, narzędzi, jakie można wykorzystać projektując strategie komunikacyjne. Ważne miejsce w trakcie trwania kursu zajmują zagadnienia dotyczące budowania relacji z twórcami internetowymi, które mogą być użyteczne w procesie komunikacji organizacji. Druga część kursu zorientowana jest na doskonalenie umiejętności praktycznych. W jej ramach analizowane są konkretne case'y, a także studenci w małych zespołach rozwiązują case'y. W ramach kursu studenci realizują także większe projekty zespołowe zorientowane na budowanie strategii komunikacji online.
	Badania i strategie w branding	Zajęcia mają za zadanie przybliżyć studentom proces tworzenia, zarządzania i komunikowania marki. Na kolejnych spotkaniach będą poruszane zagadnienia kluczowe dla zrozumienia branding i umiejscowienia go w procesie budowania tożsamości całej organizacji.
	Zarządzanie sytuacją kryzysową	Kurs daje możliwości uzyskania wiedzy z zakresu zarządzania problemowego oraz kryzysowego. Studenci poznają fazy kryzysu komunikacyjnego oraz metodykę działań poszczególnych faz. Poznają także nowe narzędzie z zakresu zarządzania antykryzysowego i kryzysowego – księgi kryzysowe. Uczestnicy zdobywają wiedzę z zakresu relacji z mediami w czasie trwania kryzysu. Na zajęciach poruszane są także aspekty związane z komunikacją wewnętrzną w organizacji w sytuacji kryzysowej. Omawiane są także zagadnienia związane z sanacją wizerunkową. Druga część kursu jest poświęcona doskonaleniu umiejętności praktycznych. Na zajęciach studenci pracują z wykorzystaniem metody case study – problemy rozwiązywane są w małych zespołach.
	Organizacja kampanii wyborczych	Celem przedmiotowych zajęć jest przygotowanie do roli kandydata lub doradcy w sztabie wyborczym. Uczestnicy mają szansę nabyć umiejętności związane z zorganizowaniem i prowadzeniem kampanii wyborczej. Uwaga jest koncentrowana na zagadnieniach tych bardziej dostrzegalnych dla obserwatora kampanii wyborczych (np. czynniki prawne), jak i tych mniej zauważalnych (np. struktura sztabu, budowa odpowiednich relacji między członkami zespołu).
	Marketing e-commerce	Przedmiot skupia się na omówieniu – w założeniach teoretycznych i w aspektach praktycznych – podstawowych zasad marketingu produktów oraz usług w internecie. Studenci poznają zasady działania algorytmów sprzedażowych w najważniejszych systemach reklamowych. Wykorzystując zdobytą dotychczas wiedzę w zakresie promocji i reklamy oraz językowych technik, uczą się planowania podstawowych kampanii reklamową produktów i usług.
	Perswazja i manipulacja w reklamie	W ramach zajęć studenci zapoznają się z mechanizmami perswazyjnymi i manipulacyjnymi w przekazach reklamowych i marketingowych oraz uczą się je rozpoznawać. Wspólnie z prowadzącą/cym przeprowadzają analizę wybranych case'ów z tego zakresu, zarówno polskich, jak i zagranicznych.
Grupa przedmiotów IV. Zajęcia do wyboru	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny	Treści programowe zajęć ogólnouniwersyteckich obejmują szerokie spectrum zagadnień z różnych dyscyplin i dziedzin nauki, często o charakterze interdyscyplinarnym, związane z zainteresowaniami studentów. Zajęcia prowadzone są w języku polskim lub obcym (wyboru).

	Konwersatorium do wyboru (j. polski)	Treści programowe zajęć obejmują szerokie spectrum zagadnień z różnych dyscyplin i dziedzin nauki, często o charakterze interdyscyplinarnym, związane z zainteresowaniami studentów. Zajęcia prowadzone są w języku polskim.
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)	Treści programowe zajęć obejmują szerokie spectrum zagadnień z różnych dyscyplin i dziedzin nauki, często o charakterze interdyscyplinarnym, związane z zainteresowaniami studentów. Zajęcia prowadzone są w języku obcym.
Lektorat z języka obcego	Język obcy specjalistyczny II	Studenci wybierają język obcy spośród aktualnej oferty zajęć językowych. Język nauczany jest jako narzędzie komunikacji, uzupełniane nauką gramatyki czy pisania w obszarze komunikacji społecznej i mediów. Poziom nauczania jest wyższy niż na studiach licencyjnych.
Praca magisterska i przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Seminarium magisterskie	Podczas seminarium uczestnicy pogłębiają swoją wiedzę w zakresie projektowania badań i w praktyce realizują założenia badawcze. Celem seminarium jest wsparcie uczestników w procesie przeprowadzenia badań. Studenci w toku pracy rozwijają umiejętności z zakresu projektowania i prowadzenia badań, doskonalenia umiejętności dobru i wykorzystania metod badawczych z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach. Doskonalą umiejętności dłuższych form wypowiedzi pisemnej, krytycznej analizy literatury, prezentacji wyników badań i formułowania wniosków i rekomendacji. Seminarium ma na celu także przygotowanie uczestników do obrony pracy.
	Metody badań medioznawczych	Celem zajęć jest wprowadzenie studentów w podstawowe zagadnienia związane z procedurami badawczymi w naukach społecznych ze szczególnym naciskiem na medioznawstwo i komunikację. Poprzez analizę tekstów oraz omawianie ich w trakcie zajęć, a także poprzez ćwiczenia praktyczne słuchacze powinni uzyskać dobrą orientację w odniesieniu do doboru odpowiednich metod, technik, konstruowania narzędzi oraz analizy zebranego materiału empirycznego. Ponadto dzięki realizacji projektu grupowego studenci nabywają umiejętność współpracy z innymi, a także realizacji konkretnego projektu badawczego.

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2025/2026.