

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

<b>Wydział prowadzący studia:</b>	<b>Wydział Filozofii i Nauk Społecznych</b>
<b>Kierunek na którym są prowadzone studia:</b>	<b>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</b>
<b>Poziom studiów:</b>	<b>studia pierwszego stopnia</b>
<b>Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:</b>	<b>poziom 6</b>
<b>Profil studiów:</b>	<b>ogólnoakademicki</b>
<b>Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:</b>	<b>licencjat</b>
<b>Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:</b>	<b>Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%)</b>  <b>Dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach</b>
<b>Symbol</b>	<b>Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:</b>
<b>WIEDZA</b>	
K_W01	Ma wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej, zna miejsce dyscypliny w systemie nauk i relacje do innych nauk (w szczególności politologii, socjologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, psychologii, kulturoznawstwa, filozofii, ekonomii)
K_W02	Ma wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie nauk społecznych, w tym medioznawstwa oraz studiów nad komunikacją, w szczególności – o problemach badawczych, metodach, technikach, narzędziach badawczych; zna podstawowe tradycje paradygmatyczne badań społecznych i komunikologicznych, z których wywodzą się poszczególne metody
K_W03	Ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową, w wybranych aspektach, właściwych dla nauk o komunikacji społecznej i mediach
K_W04	Zna i rozumie współczesne dylematy związane z komunikowaniem się i zagrożeniami wynikającymi z korzystania z mediów, ze szczególnych uwzględnieniem nowych technologii komunikacyjnych
K_W05	Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej (dziennikarskiej, marketingowej) związanej z dziennikarstwem i komunikacją społeczną (w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego)
K_W06	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, w tym podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w obszarze komunikowania
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>	
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	Komunikuje się z otoczeniem przy użyciu specjalistycznej terminologii z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, w tym prawidłowo posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej
K_U04	Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki komunikacji społecznej i mediach, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutuje o nich
K_U05	Posługuje się językiem obcym na poziomie B2 Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią o zagadnieniach stanowiących przedmiot zainteresowania dziennikarstwa i komunikacji społecznej
K_U06	Planuje i organizuje pracę indywidualną oraz w zespole badawczym, projektowym, redakcyjnym
K_U07	Współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych (badawczych, projektowych, redakcyjnych)
K_U08	Posiada umiejętność projektowania ścieżki własnego rozwoju przez całe życie
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści
K_K02	Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach specjalistycznych
K_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, np. brania udziału w pracach stowarzyszeń branżowych
K_K04	Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw, uczestniczy w przygotowaniu projektów społecznych, uwzględniając kompleks uwarunkowań: prawnych, ekonomicznych, politycznych, kulturowych
K_K05	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy
K_K06	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dbałości o dorobek i tradycje zawodu oraz identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z zawodową rolą dziennikarza i/lub specjalisty z zakresu komunikowania

## Program studiów

### Część B) programu studiów

#### Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

<b>Wydział prowadzący studia:</b>	Wydział Filozofii i Nauk Społecznych
<b>Kierunek na którym są prowadzone studia:</b>	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
<b>Poziom studiów:</b>	studia pierwszego stopnia
<b>Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:</b>	poziom 6
<b>Profil studiów:</b>	ogólnoakademicki
<b>Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:</b>	Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) <b>Dyscyplina wiodąca:</b> nauki o komunikacji społecznej i mediach
<b>Forma studiów:</b>	studia stacjonarne
<b>Liczba semestrów:</b>	6
<b>Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:</b>	180
<b>Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:</b>	1595
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:</b>	licencjat

**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, 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, oczekiwań 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.

**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
<b>Grupa I. Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych</b>	Filozofia	<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			
	Antropologia kultury			
	Polityka we współczesnej Polsce			
	Psychologia społeczna			
	Wybrane nurty kultury współczesnej			

<b>Grupa II. Medioznawczy</b>	Historia mediów 1	<p><u>Wiedza:</u> Zna terminologię z zakresu socjologii mediów i historii mediów. Zna zjawiska współczesne w mediach i mechanizmy rządzące rynkiem mediów. 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>
	Historia mediów 2			
	Socjologia mediów			
	Gatunki dziennikarskie			
	Systemy medialne na świecie			
	Polski system medialny			
<b>Grupa III. Komunikacja</b>	Nauka o komunikowaniu	<p><u>Wiedza:</u> Ma wiedzę na temat komunikacji społecznej i jej procesów. Posiada wiedzę z zakresu wystąpień publicznych. Wie, jak zmieniały się poglądy na temat komunikowania. Ma świadomość kompleksowej natury języka. Ma informacje teoretyczne z zakresu kultury</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</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź zaliczenie ustne lub wykonanie projektu lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p>
	Prezentacje i wystąpienia publiczne			
	Kompetencje medialne			

	Kultura języka	<p>języka. Zna narzędzia przygotowywania wystąpień publicznych oraz 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. Potrafi występować publicznie.</p>	<p>fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.</p>	
	Stylistyka praktyczna			
	Retoryka i erystyka			
	Promocja i reklama			
<b>Grupa IV. Warsztat pracy specjalisty ds. komunikacji</b>	Edytorstwo tekstów	<p><u>Wiedza:</u> Ma podstawową wiedzę na temat warsztatu pracy dziennikarza, tj.</p>	<p>Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda</p>	<p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca</p>

	Emisja głosu	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.	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.	zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub wykonanie projektu.
	Creative writing	<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.		
	Warsztat fotografii	<u>Kompetencje społeczne:</u> Nawiązuje umiejętnie kontakt ze słuchaczem, świadomie stosuje skuteczne techniki wzmocnienia przekazu. Ma świadomość konieczności samokształcenia.		
<b>Grupa V. Prawo i etyka</b>	Prawo mediów i prawo autorskie	<u>Wiedza:</u> Ma wiedzę o najważniejszych podmiotach właściwych rynku mediów, ich strukturze, funkcjach oraz podstawach prawnych	Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa,	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca



	Dziennikarstwo a prawa człowieka	<p>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>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>zaliczeniowa lub ustna prezentacja.</p>
<p><b>Grupa VI a.</b> <b>Przedmioty</b></p>	<p>Wywiad w pracy dziennikarza</p>	<p><u>Wiedza:</u> Ma poszerzoną wiedzę na temat twórczego pisania tekstów,</p>	<p>Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda</p>	

<b>specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media</b>	Reportaż i dokument	reportażu, filmu dokumentalnego. 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.	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)
	Warsztat dziennikarza prasowego	<p><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. 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.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą dziennikarza. Potrafi określić priorytety służące realizacji zadania, określonego przez siebie lub przez innych. Potrafi działać w sposób przedsiębiorczy.</p>		
	Warsztat dziennikarza radiowego			
	Warsztat dziennikarza internetowego			
	Warsztat dziennikarza telewizyjnego			
	Branding medialny			
	Publicystyka polityczna			
	Tworzenie stron www			
	Dziennikarstwo muzyczne			
Start-up medialny				
<b>Grupa VI a. Przedmioty</b>	Komunikacja wizualna	<p><u>Wiedza:</u> Student zna podstawowe kategorie marek i brandingu. Posiada</p>	Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda	
	PR i zarządzanie reputacją			

<b>specjalnościowe: specjalność branding i public realtions</b>	Językowe techniki oddziaływania na odbiorcę	poszerzoną wiedzę na temat warsztatu fotografii komercyjnej. Posiada wiedzę z zakresu historii i zasad projektowania komunikacji, a także zakresu narzędzi wykorzystywanych w działaniach marketingowych. <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. <u>Kompetencje społeczne:</u> Student doskonali umiejętność pracy w zespole. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą specjalisty z zakresu komunikowania.	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)
	Marketing i reklama w nowych mediach			
	Podstawy grafiki komputerowej			
	Warsztat rzecznika prasowego			
	Branding			
	Marketing terytorialny			
	Public affairs			
	Fotografia reklamowa i korporacyjna			
Start-up kreatywny				
<b>Grupa VII. Przedmioty do wyboru</b>	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny I	<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. <u>Umiejętności:</u>	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	Sposób weryfikacji efektów uczenia się zależy od prowadzących wykłady ogólnouniwersyteckie. W przypadku konwersatoriów: obecność na zajęciach i aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła);
	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny II			
	Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny III			

	Wykład ogólnouniwersytecki/ monograficzny IV	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.	autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.	dłuższe wypowiedzi pisemne na zadany temat; kolokwia sprawdzające wiedzę; prezentacje.
	Konwersatorium do wyboru (j. pol.)			
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)	Ma świadomość konieczności samokształcenia. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny.		
<b>Grupa VIII. Praca dyplomowa i przygotowanie do egzaminu dyplomowego</b>	Metody i techniki badań	<u>Wiedza:</u> Student rozpoznaje i rozróżnia metody badań. Zna kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez	Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody	Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin pisemny bądź ustny, pisemna praca zaliczeniowa lub projekt lub kolokwium (ustne bądź pisemne)
	Pracownia badań medioznawczych			

	Seminarium dyplomowe	<p>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>	wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy.	
<b>Wychowanie fizyczne</b>	Wychowanie fizyczne	<p>Efekty kształcenia są określane przez jednostkę UMK prowadząca zajęcia z zakresu wychowania fizycznego.</p>	Metody wskazane przez Uniwersyteckie Centrum Sportowe	Obecność na zajęciach
<b>Lektorat z języka obcego</b>	Język obcy specjalistyczny I	<p><u>Wiedza:</u>  Ma opanowany szeroki zasób słownictwa, wyrażeń i zwrotów</p>	Metody wskazane przez Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.	Egzamin ustny i pisemny lub kolokwium (ustne bądź pisemne)

		<p>pozwalających na płynną komunikację w języku obcym w sytuacjach zarówno ogólnych jak i związanych z kierunkiem studiów</p> <p>Zna struktury gramatyczne w zakresie morfologii i składni. Zna podstawowe zasady fonetyczne i słowotwórcze.</p> <p><u>Umiejętności:</u></p> <p>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></p> <p>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>	
--	--	---	--

<b>Praktyki**</b>	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 zlecone przez przedsiębiorcę, który szkoli studenta w ramach praktyk.
<b>Praktyki</b>				
<b>Wymiar praktyk</b>	<b>120 godzin</b>			
<b>Forma odbywania praktyk</b>	Metody wskazane przez pracodawców, u których studenci odbywają praktyki			
<b>Zasady odbywania praktyk</b>	<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 (zwanymi 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	166	100
2.	#pozostałe	14	--

--	--	--	--	--	--

Grupy przedmiotów zajęć	Przedmiot	Liczba punktów ECTS	Liczba ECTS w dyscyplinie: (wpisać nazwy dyscyplin) KM – nauki o komunikacji i mediach P – pozostałe	Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru	Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub	Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje realizując zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których



			<b>KM</b>			<b>P</b>				
<b>Grupa I: Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych</b>	Filozofia	<b>4</b>	-	-	-	-	<b>4</b>	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Socjologia	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Antropologia kultury	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Polityka we współczesnej Polsce	<b>4</b>	<b>2</b>	-	-	-	<b>2</b>	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Psychologia społeczna	<b>4</b>	<b>2</b>	-	-	-	<b>2</b>	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Wybrane nurty kultury współczesnej	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>4</b>
<b>Grupa II. Medioznawczy</b>	Historia mediów 1	<b>3</b>	<b>3</b>	-	-	-	-	-	<b>1,5</b>	<b>3</b>
	Historia mediów 2	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Socjologia mediów	<b>4</b>	<b>4</b>	-	-	-	-	-	<b>2</b>	<b>4</b>
	Gatunki dziennikarskie	<b>3</b>	<b>3</b>	-	-	-	-	-	<b>1,5</b>	<b>3</b>

	Systemy medialne na świecie	4	4	-	-	-	-	-	2	4
	Polski system medialny	7	7	-	-	-	-	-	3,5	7
<b>Grupa III. Komunikacja</b>	Nauka o komunikowaniu	4	4	-	-	-	-	-	2	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	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Prezentacje i wystąpienia publiczne	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
<b>Grupa IV. Warsztat pracy specjalisty ds. komunikacji</b>	Edytorstwo tekstów	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Emisja głosu	1	1	-	-	-	-	-	1	1
	Creative writing	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
	Warsztat fotografii	4	4	-	-	-	-	-	2	4
<b>Grupa V. Prawo i etyka</b>	Prawo mediów i prawo autorskie	4	4	-	-	-	-	-	2	4

	Dziennikarstwo a prawa człowieka	4	4	-	-	-	-	-	2	4
	Etyka dziennikarska	3	3	-	-	-	-	-	1,5	3
<b>Grupa VI a. Przedmioty specjalnościowe: Specjalność dziennikarstwo i nowe media</b>	Wywiad w pracy dziennikarza	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Reportaż i dokument	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza prasowego	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza radiowego	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Warsztat dziennikarza internetowego	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Warsztat dziennikarza telewizyjnego	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Branding medialny	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Publicystyka polityczna	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Tworzenie stron www	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3
	Dziennikarstwo muzyczne	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Start-up medialny	4	4	-	-	-	-	4	2	4
<b>Grupa VI b. przedmioty</b>	Komunikacja wizualna	3	3	-	-	-	-	3	1,5	3

<b>specjalnościowe: Specjalność branding i public relations</b>	PR i zarządzanie reputacją	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	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Marketing terytorialny	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Public affairs	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Fotografia reklamowa i korporacyjna	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Start-up kreatywny	4	4	-	-	-	-	4	2	4
<b>Grupa VII. Przedmioty do wyboru</b>	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.)	4	4	-	-	-	-	4	2	4
	Konwersatorium do wyboru (j. obcy)	5	5	-	-	-	-	5	2	5
<b>Grupa VIII. Praca dyplomowa i przygotowanie do egzaminu dyplomowego</b>	Metody i techniki badań	8	8	-	-	-	-	-	4	8
	Pracownia badań medioznawczych	2	2	-	-	-	-	-	1	2
	Seminarium dyplomowe	9	9	-	-	-	-	9	6	9
<b>Wychowanie fizyczne</b>	Wychowanie fizyczne	0	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>Lektorat z języka obcego</b>	Język obcy specjalistyczny I	7	7	-	-	-	-	7	5	-
<b>Praktyki</b>	praktyki	5	5	-	-	-	-	5	0	-
<b>RAZEM:</b>		<b>180</b>	<b>164</b> <b>100%</b>	-	-	-	<b>16/</b> <b>#</b>	<b>77/</b> <b>42,8%</b>	<b>92,5/</b> <b>51,3%</b>	<b>168/</b> <b>93,3%</b>

\* 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 (np. wykłady ogólnouniwersyteckie/monograficzne)  
Na kierunku studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stopień pierwszy, studia stacjonarne obowiązuje rozliczenie roczne.

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 2022/2023.