

SYLWETKA ABSOLWENTA

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna, studia II stopnia

Podstawowym celem kształcenia na studiach drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest przekazanie studentom poszerzonej wiedzy oraz umiejętności z zakresu dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach. Ze względu na specyfikę kierunku i dyscypliny, ściśle powiązanych z innymi dyscyplinami szczegółowymi z dziedziny nauk społecznych i dziedziny nauk humanistycznych, m.in. historią, językoznawstwem, literaturoznawstwem, naukami o zarządzaniu, naukami o polityce, socjologią, psychologią, prawem i etyką, studenci nabywają także umiejętności z tych dyscyplin.

Nabyta wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne umożliwiają absolwentom podejmowanie pracy zawodowej przede wszystkim w różnego typu instytucjach medialnych, ale także w różnych sektorach życia publicznego (kulturze, administracji, gospodarce) oraz świadome funkcjonowanie w społeczeństwie informacji i wiedzy. Absolwenci posiadają praktyczne umiejętności wymagane w pracy dziennikarza lub menadżera mediów i reklamy. Są przygotowani do pracy w prasie, portalach internetowych, redakcjach radiowych, telewizyjnych, agencjach informacyjnych, wydawnictwach, w instytucjach zajmujących się reklamą, marketingiem, public relations, instytucjach samorządu lokalnego i władz lokalnych, w tym także na stanowiskach zarządczych. Mogą także podjąć studia trzeciego stopnia (doktoranckie) w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz na innych kierunkach z zakresu nauk społecznych i humanistycznych

Zatrudnieni w Instytucie praktycy zapewniają realizację programu zajęć zgodnie z aktualnymi potrzebami rynku. W Uniwersyteckim Centrum Mediów, dysponującym nowoczesnym studiem telewizyjnym i radiowym, studenci doskonalą swe umiejętności w zakresie tworzenia materiałów filmowych i dźwiękowych, pracy przed kamerą i mikrofonem w warunkach studyjnych i w terenie, w tym także prowadzenia audycji na żywo czy transmitowania wydarzeń. Pod okiem fachowców przygotowują i realizują projekty kampanii reklamowych dla konkretnych firm. Umiejętności weryfikują podczas praktyk zawodowych i staży, oferowanych przez uczelnię. Mają także możliwość uczestniczenia w projektach, realizowanych przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej, np. NOWE PERSPEKTYWY rozwoju Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach, podnoszących kompetencje oraz dających szansę na znalezienie atrakcyjnego zatrudnienia.