

## PROGRAM STUDIÓW

Program studiów obowiązuje od roku akademickiego: 2023/2024

1. **KIERUNEK STUDIÓW: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA**
2. **KOD ISCED: 0321 (dziennikarstwo)**
3. **FORMA/FORMY STUDIÓW: STACJONARNE**
4. **LICZBA SEMESTRÓW: 6**
5. **TYTUŁ ZAWODOWY NADAWANY ABSOLWENTOM: LICENCJAT**
6. **PROFIL KSZTAŁCENIA: PRAKTYCZNY**
7. **DZIEDZINA NAUKI: NAUKI SPOŁECZNE**
8. **DYSCYPLINA NAUKOWA** (dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż 1 dyscypliny wskazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa punktów ECTS oraz określa liczbę punktów ECTS dla każdej z przypisanych dyscyplin): **NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH – 180 ECTS**, co stanowi 100 % punktów ECTS.
9. **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 180**
  - 1) liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: **106**
  - 2) liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% ogólnej liczby punktów ECTS): **101**
  - 3) liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje realizując zajęcia podlegające wyborowi (co najmniej 30% ogólnej liczby punktów ECTS): **87**
10. Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk **humanistycznych** lub nauk społecznych, nie mniejsza niż 5 ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne: **11 z dziedziny nauk humanistycznych**
11. **Łączna liczba godzin zajęć: 4695 – w tym liczba godzin zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia: 2780. Liczba godzin zajęć w formie e-learningu – 51 dla studentów wybierających blok przedmiotów DZIENNIKARSTWO W MEDIACH CYFROWYCH, 33 dla pozostałych.**
12. **Koncepcja i cele kształcenia** (w tym opis sylwetki absolwenta):

Podstawowym celem kształcenia na studiach pierwszego stopnia (licencjackich) na kierunku DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA jest przekazanie studentom odpowiedniego zasobu wiedzy oraz kształtowanie 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. filozofią, historią, językoznawstwem, literaturoznawstwem, naukami o zarządzaniu, naukami o polityce, socjologią, prawem i etyką, studenci nabywają także umiejętności z tych dyscyplin.

Wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne mają przygotować absolwentów do podejmowania pracy zawodowej przede wszystkim w różnego typu instytucjach medialnych, ale także w różnych sektorach życia publicznego (kulturze, administracji, gospodarce), a także umożliwić im świadome funkcjonowanie w społeczeństwie informacji i wiedzy. Wspomniane cele kształcenia uzasadnione są faktem systematycznego wzrostu roli mediów i informacji we współczesnym świecie. Kształcenie obejmuje, oprócz grupy przedmiotów ogólnouczeniowych i podstawowych/kierunkowych blok przedmiotów specjalnościowych do wyboru przez studenta: dziennikarstwo w mediach cyfrowych, realizacja radiowo-telewizyjna, wizerunek, promocja i reklama. Ze względu na realia rynku jedna z fakultatywnych możliwości (moduł „Komunikowanie w społecznościach lokalnych”) dotyczy wiedzy i umiejętności w zakresie funkcjonowania administracji samorządowej oraz komunikacji społecznej na poziomie regionalnym

i lokalnym. Alternatywą dla tych zajęć jest blok przedmiotów nazwanych ogólnie „Oblicza komunikacji społecznej”. Studenci mogą wybierać także formę pracy dyplomowej. Oprócz tradycyjnej rozprawy teoretycznej mogą przygotować projekt z zakresu PR i reklamy lub portfolio obejmujące opublikowane prace dziennikarskie. Dzięki zróżnicowanym zajęciom realizowanym zarówno przez teoretyków, jak i praktyków mediów, kształtowane są kompetencje związane z mówieniem i pisanem, zarówno podstawowych tekstów informacyjnych, jak i trudniejszych i bardziej rozbudowanych, np. reportażu. Ponadto studenci uczestniczą w zajęciach o charakterze warsztatowym w ramach pracowni: mediów społecznościowych, audiowizualnej, reklamy i public relations, co jest jednoznaczne ze zdobywaniem odpowiednich kwalifikacji.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu dziennikarstwa w mediach cyfrowych poszerza umiejętności wymagane w nowych mediach. Absolwent ma opanowany warsztat dziennikarski, w tym także warsztat fotografa nowych mediów, potrafi korzystać z różnorodnych źródeł informacji, przetwarzać je zgodnie z potrzebami różnych środków przekazu, potrafi przygotować zlecony materiał dziennikarski oraz samodzielnie dobierać tematy i proponować je do realizacji prasowej, potrafi biegle posługiwać się programami edycyjnymi, w podstawowym zakresie opanował projektowanie stron WWW.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu realizacji radiowo-telewizyjnej umożliwi nabycie specyficznych kompetencji w zakresie sztuki autoprezentacji, emisji głosu, umiejętności posługiwania się narzędziami wykorzystywanymi w pracy reportera radiowego i telewizyjnego, przygotowania materiałów dźwiękowych i filmowych.

Blok przedmiotów specjalnościowych z zakresu wizerunek, promocja i reklama umożliwi wszechstronne przygotowanie absolwentów w zakresie komunikacji interpersonalnej, umiejętności językowych, znajomości zasad etyki i prawa, rozwija umiejętności warsztatowe pozwalające przygotować materiały reklamowe i promocyjne w zależności od potrzeb wynikających ze specyfiki instytucji, dla których są przeznaczone.

Większość zajęć ma charakter praktyczny, a ich efektem są np. audycje radiowe w radiu Fraszka, publikacje na stronie internetowej radia, na której dostępne są materiały tekstowe, dźwiękowe i filmowe. Studenci opracowują także i realizują projekty kampanii reklamowych dla konkretnych firm z regionu. Współpraca z lokalnymi mediami oraz instytucjami działającymi w branży PR i reklamy daje możliwość odbywania w nich praktyk zawodowych i podejmowania staży. Zatrudnieni w Instytucie Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej praktycy zapewniają realizację programu zajęć zgodnie z aktualnymi potrzebami rynku. Dzięki nim także część praktyk może odbywać się w UJK – w Uniwersyteckim Centrum Mediów. Studenci mogą także uczestniczyć w projektach podnoszących kompetencje oraz stażowych, realizowanych w Instytucie przy wsparciu finansowym Unii Europejskiej, np. NOWE PERSPEKTYWY Rozwoju czy AKCELERATOR ROZWOJU Uniwersytetu Jana Kochanowskiego w Kielcach.

Studia przygotowują 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, a także instytucjach kultury, podmiotach gospodarczych, usługowych, stowarzyszeniach itp. Absolwenci studiów licencjackich na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mogą także podjąć studia drugiego stopnia (magisterskie) na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz na innych kierunkach z zakresu nauk humanistycznych i społecznych.

## 13. EFEKTY UCZENIA SIĘ:

Symbole efektów uczenia się dla kierunku	Po ukończeniu studiów absolwent:	Odniesienie efektów uczenia się do:	
		uniwersalnych charakterystyk dla danego poziomu Polskiej Ramy Kwalifikacji (ustawa o ZSK)	charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–7 Polskiej Ramy Kwalifikacji (rozporządzenie MNiSW)
<b>w zakresie WIEDZY</b>			
DKS1P_W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty i zjawiska z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz dostrzega ich związek z praktyczną działalnością medialną i promocyjno-reklamową.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W02	Zna terminologię oraz najważniejsze metody badawcze nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W03	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu subdyscyplin nauk o komunikacji społecznej i mediach: historii mediów i komunikowania, systemów medialnych, genologii mediów, nowych mediów, reklamy i promocji, teorii i pragmatyki dziennikarstwa.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W04	Zna powiązania nauk o komunikacji społecznej i mediach z naukami o polityce i administracji, naukami prawnymi, naukami socjologicznymi, filozofią, historią, językoznawstwem i literaturoznawstwem oraz rozumie możliwości zastosowania tej wiedzy w działalności dziennikarskiej i okołomedialnej.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W05	Zna najważniejsze nurty badawcze w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, zna metody, techniki i narzędzia pozyskiwania danych pozwalające opisywać struktury i instytucje medialne oraz procesy w nich zachodzące.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W06	Ma zaawansowaną wiedzę o gatunkach dziennikarskich, zna i rozumie ich cechy charakterystyczne oraz metody analizy i interpretacji, wykorzystywane w tworzeniu różnych wypowiedzi prasowych.	P6U_W	P6S_WG
DKS1P_W07	Zna pojęcia i etyczne zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w związku z podejmowanymi działaniami medialnymi.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W08	Ma zaawansowaną wiedzę o historii oraz doktrynach, dotyczących ewolucji i znaczenia mediów w społeczeństwie.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
DKS1P_W09	Ma wiedzę o znaczeniu instytucji kultury, orientuje się w lokalnym i ogólnopolskim życiu kulturalnym.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
DKS1P_W10	Zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach medialnych, kulturalnych, promocyjno-reklamowych; wie, jak stosować je w praktyce.	P6U_W	P6S_WK

DKS1P_W11	Ma wiedzę o relacjach pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej i odnosi ją do rzeczywistych sytuacji.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W12	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istniejące uwarunkowania prawne, polityczne i ekonomiczne, dotyczące funkcjonowania mediów.	P6U_W	P6S_WK
DKS1P_W13	Ma zaawansowaną wiedzę o społecznym odbiorze mediów oraz przyczynach, skali i konsekwencjach zmian w tym zakresie.	P6U_W	P6S_WG P6S_WK
<b>w zakresie UMIEJĘTNOŚCI</b>			
DKS1P_U01	Umie odnaleźć potrzebne informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w działalności dziennikarskiej i/lub promocyjno-reklamowej.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U02	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk w obrębie nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U03	Umie samodzielnie opracować prezentację wyników swoich dociekań, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje podjęte zadania związane ze sferą medialną i promocyjno-reklamową.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U04	Potrafi samodzielnie dotrzeć do różnego typu źródeł wiedzy, wykorzystać je podczas realizacji zleconych zadań i rozwiązywania problemów dotyczących działalności medialnej i PR.	P6U_U	P6S_UU
DKS1P_U05	Umie rozpoznać i nazwać typowe gatunki dziennikarskie, potrafi dokonać ich analizy i interpretacji, umiejscowić tekst w kontekście historyczno-kulturowym i/lub społeczno-politycznym oraz samodzielnie przygotować różne wypowiedzi medialne.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U06	Umie zastosować poprawną argumentację oraz przytoczyć poglądy wybranych teoretyków i praktyków komunikacji społecznej i mediów dla wzmocnienia swoich opinii i sądów; umie przedstawić wnioski na podstawie sformułowanych przesłanek.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U07	Potrafi wykorzystać narzędzia i kanały porozumiewania się w kontaktach ze specjalistami w zakresie komunikacji społecznej i mediów; umie świadomie zastosować elementarne strategie komunikacyjne.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U08	Umie opracować i przedstawić w formie pisemnej i/lub ustnej wypowiedzi z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U09	Ma umiejętności w zakresie języka obcego na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P6U_U	P6S_UK
DKS1P_U10	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa autorskiego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U11	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej, proponuje w tym zakresie konkretne rozwiązania oraz potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację zaproponowanego przez siebie projektu.	P6U_U	P6S_UK

DKS1P_U12	Posiada umiejętności analizowania danych i wyciągania wniosków w zakresie funkcjonowania mediów w społeczeństwie oraz potrafi je wykorzystać w praktyce dziennikarskiej i/lub promocyjno-reklamowej.	P6U_U	P6S_UW P6S_UO
DKS1P_U13	Dostrzega konieczność kształcenia ustawicznego, wzbogacania swej wiedzy i umiejętności w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej, potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	P6U_U	P6S_UU
DKS1P_U14	Potrafi zaplanować i zorganizować pracę indywidualną oraz grupową nad zleconym projektem, akceptuje konieczność przyjęcia roli zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	P6U_U	P6S_UO
DKS1P_U15	Wykorzystuje poznane elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umożliwiające podejmowanie działań w grupie oraz wygłaszanie wystąpień publicznych.	P6U_U	P6S_UW
DKS1P_U16	Posiada umiejętność doboru ćwiczeń i form aktywności fizycznej do poziomu swoich umiejętności sportowych i sprawności fizycznej w celu uczestnictwa w kulturze fizycznej przez całe życie.	P6U_U	P6S_UO P6S_UU
<b>w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH</b>			
DKS1P_K01	Potrafi określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania i umie przyporządkować im zakres czynności umożliwiających osiągnięcie zakładanych celów, dostrzega znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów praktycznych.	P6U_K	P6S_KK
DKS1P_K02	Rozpoznaje ewentualne problemy związane ze specyfiką wykonywania zawodu dziennikarza różnych mediów, rzecznika prasowego, pracownika agencji promocyjno-reklamowych i jest gotowy do ich rozwiązywania.	P6U_K	P6S_KR P6S_KK
DKS1P_K03	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości oraz jest otwarty na problemy i potrzeby społeczne, z uwzględnieniem różnych cech i uwarunkowań środowiskowych.	P6U_K	P6S_KO
DKS1P_K04	Uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, wykorzystuje media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym i społecznym.	P6U_K	P6S_KR P6S_KO

14. ZAJĘCIA WRAZ Z PRZYPISANYMI DO NICH PUNKTAMI ECTS, EFEKTAMI UCZENIA SIĘ I TREŚCIAMI PROGRAMOWYMI:

Przedmioty		Minimalna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do efektów uczenia się na kierunku
<b>PRZEDMIOTY KSZTAŁCENIA OGÓLNEGO:</b>				
1.	Język obcy	9	<p><b>1. Treści leksykalne:</b> Zagadnienia występujące w ogólnodostępnych i stosowanych na zajęciach podręcznikach na poziomie B2 (np. uniwersytet, przedmiot studiów, wykształcenia, praca, media, technologie, środowisko, zdrowie, żywienie, sport, czas wolny, edukacja, zakupy, podróżowanie, społeczeństwo, kultura, zjawiska społeczne).</p> <p><b>2. Treści gramatyczne:</b> Zgodne z sylabusem podręczników przewidzianych dla poziomu B2 dla danego języka i zgodne z wymaganiami Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy</p> <p><b>3. Funkcje językowe:</b> Zgodne z sylabusem podręczników dla poziomu B2 i pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym (np. branie czynnego udziału w dyskusjach, wyrażanie emocji oraz wyrażanie swoich opinii, argumentowanie i formułowanie swojego punktu widzenia w formie ustnej i pisemnej, dokonywanie prezentacji).</p>	DKS1P_W02 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K02
2.	Techniki informacyjno-komunikacyjne	1	Podstawy technik informatycznych, przetwarzanie tekstów, arkusze kalkulacyjne, bazy danych, grafika menedżerska i/lub prezentacyjna, usługi w sieciach informatycznych, pozyskiwanie i przetwarzanie informacji. Zdalna praca z dokumentami. Wykorzystanie usługi Google Docs i Microsoft Live do tworzenia dokumentów i udostępniania ich w Internecie. Wykorzystanie aplikacji (Zotero) do zarządzania bibliografią. Integracja aplikacji z edytorami tekstu. Wstawianie przypisów i bibliografii do dokumentów.	DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U13 DKS1P_K02
3.	Ochrona własności przemysłowej i prawa autorskiego	1	Pojęcie własności intelektualnej, omówienie podstawowych aktów prawnych związanych z ochroną własności intelektualnej. Przedmiot i podmiot prawa autorskiego. Autorskie prawa osobiste. Autorskie prawa majątkowe. Umowy. Ochrona praw autorskich i praw pokrewnych.	DKS1P_W07 DKS1P_U10 DKS1P_K02

			Problemy ochrony praw autorskich i praw pokrewnych związane z Internetem.	
4.	Przedsiębiorczość	1	Przedsiębiorczość indywidualna. Przedsiębiorczość organizacyjna. Intraprzedsiębiorczość. Przedsiębiorczość akademicka. Przedsiębiorczość społeczna. Przedsiębiorstwa rodzinne. Pojęcie, istota i rodzaje innowacji. Innowacje a innowacyjność. Zdolności organizacyjne: dynamiczne i operacyjne.	DKS1P_W04 DKS1P_U11 DKS1P_U14 DKS1P_K03
5.	Wybrane zagadnienia literatury polskiej i powszechnej	3	Współczesne nurty i prądy literatury światowej i polskiej. Przemiany w obrębie literatury na przestrzeni epok literackich. Interpretacja tekstów literackich. Najwybitniejsi nowatorzy prozy XX wieku. Nobliści.	DKS1P_W03 DKS1P_W09 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_K04
6.	Filozofia	2	Zarys historii filozofii – główne kierunki, ich przedstawiciele oraz ich związki z życiem i sposobem myślenia współczesnego człowieka. Główne nurty filozofii współczesnej, jej rola w indywidualnym rozwoju i wyrażaniu własnej tożsamości współczesnego człowieka. Filozofia a inne sfery kultury: filozofia, światopogląd, ideologia; filozofia a nauki szczegółowe; filozofia a religia i sztuka. Podstawowe pytania filozofii: „pięć pytań” (o istnienie, o poznanie, o człowieka, o wartości, o Absolut).	DKS1P_W04 DKS1P_W08 DKS1P_U02 DKS1P_U06 DKS1P_K01
7.	Przedmiot DO WYBORU w zakresie wsparcia w procesie uczenia się	2	Treści dostosowane do potrzeb studentów: – <i>Akademicki savoir-vivre</i> , – <i>Etykieta językowa</i> , – <i>Profilaktyka uzależnień</i> . Każdy student musi wybrać dwa spośród trzech przedmiotów, uzyskując za każdy 1 punkt ECTS.	DKS1P_W10 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K04
<b>PRZEDMIOTY PODSTAWOWE / KIERUNKOWE</b>				
1.	Agencje informacyjne	3	Definicja, klasyfikacja, funkcje, zasady działania oraz rola agencji informacyjnych w świecie mediów. Narodziny i rozwój agencji prasowych w Europie i Stanach Zjednoczonych w XIX i na pocz. XX w. Polskie agencje prasowe. Przegląd współczesnych agencji informacyjnych. Analiza zawartości prasy polskiej oraz przegląd portali internetowych pod kątem wykorzystywania serwisów agencyjnych.	DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U08

				DKS1P_K01 DKS1P_K03
2.	Analiza zawartości mediów	4	Zagadnienia historyczno-teoretyczne dotyczące wykorzystania analizy zawartości mediów. Procedura badawcza i statystyczne opracowanie wyników badań. Wykorzystanie w badaniach technologii komputerowych. Przykłady badań o charakterze ilościowym i jakościowych (różnice, wady, zalety, zastosowanie). Wykorzystanie analizy zawartości do badania mediów (drukowanych, elektronicznych, internetowych) oraz reklam i materiałów PR-owskich.	DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_U14 DKS1P_K01
3.	Dziennikarskie źródła informacji	2	Zasoby informacji w kraju i na świecie. Internet jako źródło informacji. Sposoby dotarcia do informacji. Korzystanie ze źródeł informacji – obserwacji, wywiadu, dokumentów. Weryfikacja faktów na podstawie różnych źródeł. Etyczne problemy występujące w fazie zbierania materiałów.	DKS1P_W03 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_K02
4.	Etyka dziennikarska	2	Teoretyczna i praktyczna analiza podstawowych standardów określających prawa i obowiązki dziennikarzy. Wolność, prawda, odpowiedzialność, uczciwość, poszanowanie godności. Etyka w kontekście konfliktu interesów między dobrem, którego się broni a dobrem, które się narusza.	DKS1P_W07 DKS1P_W12 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_K02
5.	Copywriting & webwriting	2	Definicje pojęć copywriting i webwriting –różnice, zasady pisania tekstów: na strony www, do SM, reklamowych, promocyjnych, do folderów, ulotek etc. Naming – tworzenie nazw; claimy i hasła reklamowe; press packi – zawartość i zróżnicowanie; zasady pisania doniesień medialnych – prasa, radio, telewizja; storytelling i narracja; persona marketingowa; teksty eksperckie, blogi, wpisy i artykuły sponsorowane.	DKS1P_W03 DKS1P_U01 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02
6.	Grafika komputerowa	2	Grafika rastrowa i modele barw. Narzędzia i sposoby przygotowania grafiki rastrowej do publikacji. Przygotowane zdjęć do publikacji w Internecie i na papierze. Edycja i ekspozycja grafik.	DKS1P_W03 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_K01
7.	Historia mediów	3	Najważniejsze etapy rozwoju mediów masowych (prasy, radia, telewizji, Internetu) na tle ogólnych warunków poszczególnych epok, ze szczególnym uwzględnieniem zmian społecznych, politycznych i technologicznych. Koncepcja prasy. Zasady wolności wypowiedzi. Wybitni	DKS1P_W01 DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_U04



			dziennikarze różnych epok. Tytuły prasowe i programy radiowo-telewizyjne określające nowe tendencje w rozwoju mediów. Rola i wpływ prasy na społeczeństwo polskie. Zmiany technologiczne a zmiany w zawodzie dziennikarskim. Funkcjonowanie cenzury na ziemiach polskich w różnych okresach historycznych.	DKS1P_U12 DKS1P_K01 DKS1P_K02
8.	Historia Polski XX w.	3	Charakterystyka istotnych procesów i faktów związanych z historią narodu i państwa polskiego w odniesieniu do najważniejszych wydarzeń światowych i europejskich w XX wieku. Wojna 1914-1918. Polityka, społeczeństwo i gospodarka 1918-1939. Druga wojna światowa. Faszyzm i komunizm. Rywalizacja systemów społeczno-politycznych. Opozycja polityczna po 1945 roku. Przemiany w Europie po 1989 roku. Podstawowe zjawiska i procesy wpływające na rozwój kultury narodowej.	DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_U06 DKS1P_K01
9.	Język wypowiedzi dziennikarskiej	3	Funkcje aktów komunikacyjnych. Pojęcia stylu i stylistyki, style indywidualne i funkcjonalne. Media – stylowy tygiel współczesnej polszczyzny. Język a inne kody komunikacyjne. Podstawy warsztatu pisarskiego dziennikarza. Gatunki informacyjne i publicystyczne. Informacyjność tekstu dziennikarskiego. Kompozycja, organizacja wypowiedzi dziennikarskiej, jej spójność, logika.	DKS1P_W03 DKS1P_W06 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02
10.	Konwergencja mediów	1	Konwergencja mediów i kultura konwergencji - charakterystyka zjawisk. Medioznawcze zastosowanie terminu konwergencja. Podstawy konwergencji - hipermedia i multimedia. Typy konwergencji: konwergencja technologiczna, rozwiązań, sieciowa, ekonomiczna, korporacyjna, zawartości. Konwergencja a dywergencja mediów. Zastosowanie konwergencji w praktyce w mass mediach i literaturze. Kierunki i metody badań nad konwergencją mediów.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_U02 DKS1P_U13 DKS1P_K04
11.	Nauka o komunikowaniu	4	Nauka o komunikowaniu jako dyscyplina naukowa – powstanie i etapy rozwoju. Status nauki o komunikowaniu masowym – jej multidyscyplinarność, główne ośrodki, instytucje i czasopisma zajmujące się problematyką komunikowania masowego. Komunikowanie jako proces – cechy i elementy. Typy i formy komunikowania. Sposoby porozumiewania się ludzi. Modele komunikacyjne. Główne systemy komunikowania społecznego. Podstawy wiedzy o procesie komunikowania masowego, jego elementach, fazach i najważniejszych uwarunkowaniach.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U13

				DKS1P_K01
12.	Nowe media	3	Problemy konwergencji a nowe media. Dziennikarze w blogosferze. Zarys problematyki mediów społecznościowych. Interaktywne i społecznościowe formy dziennikarskie. Bezpieczeństwo w sieci. Nowe zjawiska społeczne generowane przez nowe media. Negatywne zachowania komunikacyjne w nowych mediach Nowe media a etyka.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W13 DKS1P_U07 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K01
13.	Podstawy prawa	2	Zakres teorii państwa i prawa. Pojęcie państwa i jego formy. Demokracja, suwerenność, praworządność. Pojęcie: normy i przepisu prawnego (aktu normatywnego, wykładni, stanowienia i stosowania prawa oraz jego obowiązywania), prawa konstytucyjnego (zasady ustrojowe, kompetencje Sejmu i Senatu, Prezydenta, Rady Ministrów) oraz prawa administracyjnego, karnego i cywilnego.	DKS1P_W04 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_K02
14.	Polski system medialny	4	Normatywne doktryny działania mediów. Współczesny rynek mediów periodycznych w Polsce – system prasowy w strukturze społecznej, transformacja systemu mediów, formy własności prasy w Polsce, czytelnictwo i odbiór. Grupy mediów na polskim rynku prasowym – dzienniki oraz prasa opinii, kobieca i kulturalna. Rynek radiofonii, telewizji i Internetu w Polsce. Zadania Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji. Media publiczne i komercyjne – konkurencja i koegzystencja. Kapitał zagraniczny na polskim rynku mediów.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W11 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_K04
15.	Prawo mediów	3	Prawo mediów. Ustawa prawo prasowe. Ustawa o radiofonii i telewizji. Wolność prasy i jej ograniczenia. Dostęp do informacji publicznej. Rola prasy i dziennikarzy w państwie. Organizacja instytucji prasowych i nadawczych. Prawa i obowiązki dziennikarzy. Odpowiedzialność mediów.	DKS1P_W04 DKS1P_W12 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_K02
16.	Public Relations	3	Public relations jako proces komunikacji z otoczeniem – istota, historia, modele. Fazy procesu public relations – podstawowe techniki. Public relations w sytuacjach kryzysowych. Zarządzanie informacją w sferze publicznej. Działanie państwowych służb informacyjnych (rzecznika rządu), organów samorządowych oraz instytucji komercyjnych w zakresie kształtowania wizerunku instytucji, a zarazem powiadamiania	DKS1P_W01 DKS1P_W12 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U08 DKS1P_U10

			społeczeństwa i wybranych grup społecznych o podejmowanych inicjatywach. Regulacje prawne oraz zasady etyczne kierujących działaniami w sferze masowej informacji publicznej. Komunikowanie się z mediami. Wewnętrzny obieg informacji.	DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_K02 DKS1P_K03
17.	Recepcja mediów	3	Miejsce i rola odbiorcy w procesie komunikowania. Uwarunkowania odbioru mediów, cechy przekazów i cechy odbiorców. Metody, techniki i narzędzia badawcze w badaniach recepcji mediów. Polskie Badania Czytelnictwa – metody badań, dobór zbiorowości, typy badań, wskaźniki czytelnictwa, udostępnianie wyników. Badania recepcji mediów audiowizualnych: Radio Track i Nielsen Audience Measurement. Badania Internetu – Polskie Badania Internetu, różnice w stosunku do badań mediów audiowizualnych i papierowych. Użytkownicy mediów.	DKS1P_W05 DKS1P_W08 DKS1P_W12 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_K01
18.	Reklama	3	Historia reklamy od starożytności do współczesności: rozwój metod i technik. Cechy i zadania działalności reklamowej. Terminologia reklamowa, promotion-mix, marketing-mix etc., wzajemne usytuowanie poszczególnych elementów systemu, zadania reklamy w tym systemie. Współczesna reklama: etapy planowania strategii reklamowej i elementy tej strategii. Prawo reklamowe obowiązujące w Polsce i normy ponadnarodowe przez Polskę ratyfikowane. Praktyczna analiza kampanii reklamowych pod kątem zgodności z prawem. Opracowanie planu kampanii reklamowej dla wybranego fikcyjnego produktu.	DKS1P_W01 DKS1P_W03 DKS1P_W07 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U10 DKS1P_U14 DKS1P_K01 DKS1P_K02
19.	Researching	2	Research dziennikarski – geneza, definicja. Metodologia researchu dziennikarskiego – cele i etapy researchu, zbieranie materiałów, selekcja materiałów, opracowanie i wykorzystanie informacji. Metody i techniki researchu dziennikarskiego – obserwacja, wywiad researcherski, technika krążenia, technika układanki, rekonstrukcja zdarzeń, research online.	DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_U12 DKS1P_K02
20.	Retoryka i erystyka	2	Definicja i dzieje retoryki oraz erystyki. Rodzaje retorycznej perswazji (doradczy, osądzający, oceniający). Językowe środki perswazyjne. Techniki przekonywania według retoryki klasycznej. Współczesne techniki perswazyjne. Chwyty retoryczne. Konstrukcja tekstu według zaleceń współczesnej retoryki. Kreowanie <i>ethosu</i> mówcy. Rozpoznawanie audytorium, wpływanie na słuchaczy poprzez umiejętne wzbudzenie emocji ( <i>pathos</i> ). Rodzaje argumentów. Tropy i figury retoryczne. Sztuka dyskusowania. Erystyka w praktyce.	DKS1P_W04 DKS1P_U02 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_U15 DKS1P_K02

21.	Metody i techniki badań społecznych	2	Podstawowe pojęcia socjologiczne oraz mechanizmy rządzące zbiorowościami ludzkimi. Charakterystyka zmian struktury społecznej po 1989 roku w Polsce. Metody, techniki, narzędzia w badaniach społecznych; organizacja procesu badawczego.	DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U03 DKS1P_U12 DKS1P_K01
22.	Systemy medialne na świecie	4	Systemy komunikowania masowego w wybranych krajach różnych regionów świata. Rynek prasowy, radiowo-telewizyjny, Internet. Normy prawne określające funkcjonowanie środków masowego przekazu. Instytucje samoregulacji – rady prasowe oraz organizacje dziennikarskie w poszczególnych krajach. Procesy koncentracji, komercjalizacji i globalizacji (w produkcji i dystrybucji). Kapitał zagraniczny w narodowych systemach medialnych. Problemy ujednoczenia systemu prawnego w sferze komunikowania masowego.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U02 DKS1P_U09 DKS1P_U13 DKS1P_K04
23.	Sztuka reportażu	2	Powstanie i rozwój reportażu na świecie i w Polsce. Związki między literaturą a publicystyką. Klasyka reportażu polskiego. Praktyczna nauka pisania reportażu. Reportaż społeczno-obyczajowy (interwencyjny), geograficzny, sportowy, wojenny, gospodarczy, kulturalny.	DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_U05 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_K01 DKS1P_K04
24.	Technologie informacyjne mediów	2	Wyszukiwarka Google, dziennikarstwo danych. Systemy zarządzania treścią w prasie i Internecie. Narzędzia do obróbki zdjęć i filmów, do tworzenia infografik i grafik interaktywnych, reportaży interaktywnych. Narzędzia i technologia dziennikarza w erze MOBILE. Narzędzia statystyczne.	DKS1P_W05 DKS1P_U01 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_K02
25.	Teoria gatunków dziennikarskich	3	Gatunek jako zespół zmieniających się konwencji kompozycyjno-stylistycznych. Typologiczne i historyczne zróżnicowanie gatunków prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych. Zmieniająca się rola nadawcy i podmiotu wypowiedzi. Rola infografiki we współczesnym przekazywaniu prasowym, telewizyjnym i internetowym. Informacja i publicystyka – charakterystyka gatunków. Wyznaczniki gatunkowości i ich przełamywanie – gatunkowe wzorce kanoniczne, alternacyjne i	DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W06 DKS1P_U05 DKS1P_K01 DKS1P_K02

			adaptacyjne. Wzrastająca interaktywność najnowszych gatunków medialnych.	
26.	Warsztat dziennikarski	6	Dziennikarstwo gazetowe, magazynowe, radiowe, telewizyjne, agencyjne i sieciowe (online). Elementy praktyki redakcyjnej. Charakterystyczne cechy realizacji dziennikarskiej w poszczególnych rodzajach mediów. Oddzielanie faktów od komentarza – podstawowa cecha nowoczesnego dziennikarstwa. Zbieranie materiału, weryfikacja zebranego materiału, realizacja wybranych form.	DKS1P_W07 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U05 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03
27.	Współczesne systemy polityczne na świecie	2	Pojęcie i elementy systemu politycznego. Charakterystyka podstawowych typów systemów politycznych na świecie. Systemy wyborcze. Typologia reżimów politycznych. Struktura i funkcje parlamentu. Partie polityczne w systemie politycznym. Analiza systemów politycznych wybranych państw.	DKS1P_W04 DKS1P_W11 DKS1P_W12 DKS1P_U02 DKS1P_U11 DKS1P_K01
28.	Współczesny język polski	3	Zróźnicowanie współczesnego języka polskiego. Tendencje rozwojowe; europeizacja i amerykańizacja w polskiej kulturze i języku. zasady pisowni polskiej. Podstawowe pojęcia kultury języka: system językowy, norma, uzus, innowacja językowa, błąd językowy; manipulacja językowa. Wybrane zagadnienia z fleksji i słowotwórstwa języka polskiego. Szyk wyrazów w zdaniu; zdania pojedyncze i złożone. Leksykalne mody współczesnej polszczyzny; wyrazy modne i szablony językowe; neologizmy i zapożyczenia; wulgaryzmy i eufemizmy; frazeologizmy; potoczny język polski. Odmiana mówiona i pisana języka.	DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U13 DKS1P_K02
29.	Współczesny polski system polityczny	2	Podstawowe zasady polskiego systemu politycznego: konstytucja, funkcjonowanie organów władzy publicznej (ustawodawczej, wykonawczej, sędziowskiej) – funkcje, zadania, rola. Współczesny polski system partyjny – struktura i podstawowe orientacje ideowe.	DKS1P_W04 DKS1P_W11 DKS1P_U02 DKS1P_U10

				DKS1P_U11 DKS1P_K01
30.	Wstęp do nauki o mediach	1	Definicje i typologie mediów. Kryteria podziału. Charakterystyka mediów na podstawie wybranych kryteriów. Media tradycyjne i nowe media. Przegląd współczesnych mediów.	DKS1P_W02 DKS1P_W05 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_K04
31.	Wykład monograficzny 1 DO WYBORU	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. – <i>Prasa kobieca</i> : charakterystyka, funkcje, zmiany na rynku. – <i>Gry wideo w mediach</i> – rola gier we współczesnej kulturze popularnej, zasady funkcjonowania mediów traktujących o grach cyfrowych, najważniejsze zjawiska związane z grami w mediach.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W09 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U09 DKS1P_K01 DKS1P_K04
32.	Wykład monograficzny 2 DO WYBORU	2	Treści dostosowane do zainteresowań i potrzeb studentów, np. – <i>Celebryci</i> : funkcjonowanie celebrytów w mediach, funkcjonowanie mediów poświęconych celebrytom, aspekty systemowe, prawne jak i kulturowe zjawiska celebrytizmu. – „Za” lub „przeciw”- kampanie propagandowe na łamach prasy polskiej w okresie PRL: geneza, przebieg oraz znaczenie najważniejszych kampanii prasowych okresu PRL, tj. kampania na rzecz przodownictwa pracy, 70. rocznica urodzin J. Stalina, Milenium, kampania marcowa: – <i>Prasa medyczna XIX-XXI wieku. Informacje medyczne w sieci</i> : ogólna charakterystyka prasy specjalistycznej; powstawanie czasopism medycznych na świecie; początki i rozwój polskiego czasopiśmiennictwa medycznego; współczesne polskie pisma medyczne; zmierzch tradycyjnej prasy i rozwój portali medycznych dla lekarzy i pacjentów.	DKS1P_W03 DKS1P_W08 DKS1P_W09 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_K01 DKS1P_K04
<b>BLOK DYPLMOWY:</b>				

1.	Proseminarium	2	Struktura pracy dyplomowej. Najważniejsze źródła informacji bibliograficznej. Sporządzanie opisów bibliograficznych różnego typu publikacji drukowanych i dokumentów elektronicznych. Zasady redagowania przypisów i bibliografii załącznikowej. Przygotowanie samodzielnego tekstu opatrzonego aparatem naukowym.	DKS1P_W02 DKS1P_U01 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U08 DKS1P_K01
2.	Seminarium dyplomowe (w tym przygotowanie pracy) – DO WYBORU. Oprócz tradycyjnej rozprawy teoretycznej student może przygotować projekt z zakresu PR i reklamy lub portfolio obejmujące opublikowane prace dziennikarskie; seminarium uzupełnia wtedy pracownia dyplomowa.	17	Wymogi formalne i merytoryczne stawiane pracom dyplomowym w wybranej formie. Kryteria oceny egzaminu dyplomowego. Wybór tematu pracy oraz omówienie sposobu jej tworzenia. Sposoby korzystania z naukowych baz danych związanych z daną dyscypliną naukową. Metody opracowywania wyników badań własnych, projektów lub podbudowy teoretycznej do portfolio. Indywidualne konsultacje związane z doбором i układem treści, poprawnością językową i stylistyczną, korektą merytoryczną i formalną.	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W07 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U09 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K04
<b>BLOKI SPECJALNOŚCIOWE – DO WYBORU:</b>				
1a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Dziennikarstwo w mediach cyfrowych	23	Informacja agencyjna i prasowa Pracownia mediów społecznościowych Warsztat dziennikarza nowych mediów Warsztat fotografa nowych mediów Systemy zarządzania treścią (CMS) Podstawy projektowania stron WWW Internetowe gatunki dziennikarskie	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_W12

				DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
1b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Realizacja radiowo-telewizyjna	23	Radiowe i telewizyjne gatunki dziennikarskie Sztuka autoprezentacji Dokument i publicystyka audiowizualna Emisja głosu Pracownia audiowizualna Warsztat radiowo-telewizyjny Realizacja dźwięku	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W10 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13



				DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
1c.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Wizerunek, promocja i reklama	23	Językowe kształtowanie wizerunku Komunikacja interpersonalna Psychologia reklamy i PR Pracownia reklamy i PR Prawo i etyka reklamy PR w instytucjach biznesowych i życia publicznego Warsztat specjalizacyjny	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W05 DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_W12 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U08 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
<b>BLOKI PRZEDMIOTÓW FAKULTATYWNYCH – DO WYBORU</b>				
2a.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Oblicza komunikacji społecznej	8	Komunikacja wizualna Kultura popularna Gry wideo jako forma komunikacji społecznej	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03

			Komunikacja literacka	DKS1P_W04 DKS1P_W06 DKS1P_W09 DKS1P_W11 DKS1P_W13 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U10 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U15 DKS1P_K01 DKS1P_K03 DKS1P_K04
2b.	BLOK PRZEDMIOTÓW: Komunikowanie w społecznościach lokalnych	8	Instytucje życia publicznego na szczeblu lokalnym Źródła informacji lokalnej i regionalnej Media w procesie komunikacji lokalnej Kultura regionu	DKS1P_W01 DKS1P_W02 DKS1P_W03 DKS1P_W04 DKS1P_W09 DKS1P_W11 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U07 DKS1P_U10 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_K01 DKS1P_K02

				DKS1P_K03 DKS1P_K04
3.	Język polski – lektorat dla obcokrajowców (Studenci uzyskują dodatkowe punkty ECTS)	4	<p>W ramach przedmiotu realizowane będą treści dotyczące nauczania języka polskiego (lektorat), w treści nauczania włączono zagadnienia związane z polską kulturą (filmem, teatrem), historią i tradycją. W obrębie przedmiotu będą też realizowane zagadnienia związane z kształceniem umiejętności sprawnego pisania.</p> <p><b><u>1. Treści leksykalne:</u></b> Zagadnienia, które występują w stosowanych na zajęciach podręcznikach na poziomie B2 (np. szkoła i studia; moda i uroda, praca, rynek pracy; sklepy, handel, konsumpcja; Polska od kuchni; urzędy i usługi, słownictwo ekonomiczne; życie polityczne w Polsce; leksyka dotycząca przyrody i środowiska; kultura; religia i wiara).</p> <p><b><u>2. Treści gramatyczne:</u></b> Zgodne z sylabusem podręczników przewidzianych dla poziomu B2 dla danego języka i zgodne z wymaganiami Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.</p> <p><b><u>3. Funkcje językowe:</u></b> Zgodne z sylabusem podręczników dla poziomu B2 i pozwalające studentom na porozumiewanie się w języku obcym (np. branie czynnego udziału w dyskusjach, wyrażanie emocji oraz wyrażanie swoich opinii, argumentowanie i formułowanie swojego punktu widzenia w formie ustnej i pisemnej, dokonywanie prezentacji).</p>	
	<p><b>PRAKTYKI (wymiar, zasady i forma):</b> 780 godzin praktyk (6 miesięcy), w tym 750 realizowanych przy udziale opiekuna (kontaktowych). 150 godzin praktyk w Uniwersyteckim Centrum Mediów (tzw. wewnętrznych) i 600 godzin zewnętrznych w instytucjach mediowych, agencjach promocyjno-reklamowych. Zaliczenie praktyk odbywa się w semestrach IV, V i VI. Praktyki powiązane są z wybranymi blokami przedmiotów DO WYBORU, liczba ich godzin i uzyskane punkty ECTS włączane są zatem do liczby godzin i ECTS do wyboru.</p>	26	<p>Nawiązywanie współpracy z redakcjami. Specyfika pracy radia/telewizji/redakcji prasowej, agencji reklamowej. Struktura i organizacja pracy w poszczególnych instytucjach medialnych. Uczestniczenie w procesie tworzenia gazety, audycji radiowej, dziennika telewizyjnego, przekazu PR, materiału reklamowego. Praca nad materiałem własnym i/lub zleconym, np. reportaż interwencyjny. Praca z kamerą/magnetofonem, próby nagrywania wypowiedzi. Gatunki dziennikarskie w pracy dziennikarza prasowego, radiowego i telewizyjnego. Projekt strategii promocji/kampanii wizerunkowej firmy, marki, osoby lub instytucji. Wykorzystanie różnorodnych narzędzi, kanałów dystrybucji informacji oraz sposobów realizacji proponowanych działań. Bezpośrednie działania promocyjne/reklamowe w różnych instytucjach, agencjach.</p>	DKS1P_W06 DKS1P_W07 DKS1P_W10 DKS1P_U01 DKS1P_U02 DKS1P_U03 DKS1P_U04 DKS1P_U05 DKS1P_U06 DKS1P_U10 DKS1P_U11 DKS1P_U12 DKS1P_U13 DKS1P_U14

			DKS1P_K01 DKS1P_K02 DKS1P_K03 DKS1P_K04
	razem	<b>180 (184)</b>	

**Studentów obowiązuje szkolenie dotyczące bezpiecznych i higienicznych warunków kształcenia, w wymiarze nie mniejszym niż 4 godziny, w zakresie uwzględniającym specyfikę kształcenia w uczelni i rodzaj wyposażenia technicznego wykorzystywanego w procesie kształcenia.**

**Studentów obowiązuje szkolenie biblioteczne w wymiarze 2 godzin.**

**Studentów obowiązuje szkolenie z zakresu pierwszej pomocy przedmedycznej w wymiarze 4 godzin.**

**Studentów obowiązuje zajęcia z wychowania fizycznego w wymiarze 60 godzin.**

**15. SPOSOBY WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA W TRAKCIE CAŁEGO CYKLU KSZTAŁCENIA:**

Procedury zapewniające jakość kształcenia opierają się na wytycznych zawartych w Uchwale nr 84/2017 Senatu UJK w Kielcach z dnia 28.09.2017 w sprawie Wewnętrznego Systemu Zapewniania Jakości Kształcenia. Kierunkowe efekty uczenia się, opracowane dla kierunku DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA pierwszego stopnia, realizowane są na poszczególnych przedmiotach poprzez efekty szczegółowe. Kierunkowy Zespół ds. Jakości Kształcenia systematycznie monitoruje zgodność efektów szczegółowych z kierunkowymi.

Weryfikacja i ocena efektów uczenia się osiąganym przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia odbywa się poprzez:

- 1) **Proces dyplomowania** – tematy prac dyplomowych opiniowane są przez KZJK, Wydziałową Komisję ds. Kształcenia i zatwierdzane przez Radę Wydziału, a same prace oceniane są przez promotora i recenzenta. Dotyczy to obydwu ścieżek dyplomowania, tj. zarówno tradycyjnej rozprawy teoretycznej, jak i projektu z zakresu PR i reklamy lub portfolio, obejmującego opublikowane prace dziennikarskie. Projekt kampanii promocyjnej lub reklamowej oceniany jest dodatkowo przez praktyka.
- 2) **Praktyki studenckie** – efekty uczenia się uzyskiwane przez praktyki są bardzo ważnym elementem koncepcji kształcenia; praktyki pozwalają zweryfikować efekty osiągnięte na innych przedmiotach i wzmocnić nabywane umiejętności. Weryfikacja efektów następuje zgodnie z kryteriami zawartymi w karcie przedmiotu.
- 3) **Wymianę międzynarodową studentów** – uzyskiwanie od studentów informacji dotyczącej posiadanej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w kontekście pobytu w uczelni partnerskiej
- 4) **Oceny osiąganym efektów uczenia się** dokonywane przez studentów kończących studia. Ich opinie poddawane są wnikliwej analizie, a wnioski uwzględniane przy modyfikacji sposobów prowadzenia zajęć w kolejnych latach.
- 5) **Badanie losów absolwentów** – poprzez uzyskiwanie informacji o przydatności na rynku pracy zdobytej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.
- 6) **Badanie opinii pracodawców** – opiniowanie przez pracodawców programów studiów, w tym zakładanych efektów uczenia się i metod ich weryfikowania, szczególnie dotyczących kształcenia praktycznego.

Weryfikacja i ocena efektów uczenia się osiąganym przez studenta odbywa się także na bieżąco, w każdym semestrze poprzez:

- 1) Egzamin z przedmiotów, dla których przewidziana jest taka forma zaliczenia. Forma egzaminu: ustna, pisemna, testowa lub praktyczna określana jest przez prowadzącego wykład i zawarta w karcie przedmiotu.
  - a. Egzamin ustny powinien być przeprowadzany w obecności innych studentów lub pracowników,

- b. Egzamin pisemny może być organizowany w formie testowej lub opisowej. Egzamin przeprowadza się w sali dydaktycznej, w której jest możliwe właściwe rozlokowanie studentów, zapewniające komfort pracy i jej samodzielność. Prowadzący egzamin ma prawo przerwać lub unieważnić egzamin w sytuacji, gdy praca studenta nie jest samodzielna (student korzysta z niedopuszczonych materiałów, urządzeń i z pomocy innych osób).
- 2) Zaliczenia z oceną zajęć obowiązkowych, dla których nie przewidziano egzaminu (ćwiczenia, laboratoria, warsztaty, praktyki); wykłady, które nie kończą się egzaminem także objęte są zaliczeniem z oceną.
  - 3) Ocenę wyników sesji egzaminacyjnej; po każdym semestrze analizowane są wyniki nauczania i problemy występujące w procesie dydaktycznym.
  - 4) Okresową ocenę zajęć dokonywaną przez studentów; każdorazowo jej wyniki są omawiane na zebraniach pracowników Instytutu Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej, a uwagi szczegółowe dotyczące konkretnych pracowników w bezpośrednich rozmowach.
  - 5) Hospitacje zajęć pracowników dokonywane przez członków KZJK oraz kierowników zakładów.
  - 6) Ścisłą współpracę pracowników realizujących różne formy zajęć w ramach danego przedmiotu, bloku zajęć.
  - 7) Systematyczną kontrolę efektów uczenia się w postaci prac etapowych, tj. prac pisemnych, kolokwium, referatów, projektów własnych studentów (wyniki kontroli udostępniane są studentom i szczegółowo omawiane na zajęciach i konsultacjach).

**Formy i metody prowadzenia zajęć oraz kryteria oceny i jej składowe określa karta przedmiotu.** Prowadzący przedmiot określa efekty przedmiotowe oraz sposób ich weryfikacji, które umieszcza w karcie przedmiotu przedstawianej studentom na początku semestru. Podstawą oceny realizacji przedmiotowych efektów uczenia się są na kierunku *Dziennikarstwo i komunikacja społeczna*: kolokwia, sprawdziany, prace zaliczeniowe pisemne lub prezentacje multimedialne, zaliczenia ustne, projekty, na podstawie których student otrzymuje zaliczenie z oceną, oraz egzaminy ustne lub pisemne odnoszące się do treści zawartych w kartach przedmiotów. Za kształcenie językowe, w tym weryfikację osiągnięcia zaplanowanych efektów (egzaminy na poziomie B2) odpowiedzialne jest Międzywydziałowe Studium Języków Obcych, które również opracowuje karty przedmiotu.

**Wszystkie formy weryfikacji osiągnięć studenta uzyskanych w ramach zajęć w danym semestrze odnotowuje się w kartach okresowych osiągnięć studenta.**