

1. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Udział%
Dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100

2. Opis efektów uczenia się, uwzględniający uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia określone w ustawie o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji oraz charakterystyki drugiego stopnia określone w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust.3 ustawy – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

Celem kształcenia na studiach drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest w głównej mierze: dostarczanie pogłębionej wiedzy o współczesnych naukach o komunikacji społecznej i mediach, rozumienie kontekstu społeczno-gospodarczego funkcjonowania współczesnych instytucji medialnych, poznawanie etycznych i prawnych zasad regulujących nowe i dotychczasowe zawody medialne jak również prowadzenie badań medioznawczych w zakresie nowych obszarów rynku medialnego. Dostrzeżono możliwości zatrudnienia nie tylko w klasycznych zawodach dziennikarskich i medialnych tj. reporter czy też prezenter radiowy i telewizyjny, ale przede wszystkim w tych nowych, związanych z rozwojem mediów społecznościowych czy też ze zjawiskiem coraz większej specjalizacji i profesjonalizacji rynku pracy. Stąd postanowiono rozwijać umiejętności także warsztatowe, oparte o wiedzę o nowych obszarach rynku medialnego, o tworzenie i krytyczną interpretację tekstów medialnych, w tym specyficznych tekstów o charakterze marketingowym. Istotnym elementem kształcenia jest rozwój kompetencji społecznych w zakresie kreatywnej pracy zespołowej w

mediach oraz etycznej odpowiedzialności zawodowej. Założenia te znalazły wyraz w koncepcji bloków kształceniowych - obowiązkowych tj. Komunikologia czy Analiza mediów, jak również tych pozostających do wyboru jak np. Rzecznictwo prasowe i e-public relations. Absolwenci studiów są również zapraszani do projektów badawczych czy też specjalistyczno-zawodowych, przez co mogą planować działania przekraczające samą naukę akademicką wyznaczoną programem studiów.

Symbol efektu na kierunku	Efekt uczenia się dla absolwenta	Odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
wiedza: absolwent zna i rozumie ...		
DK2_W01	zna poszerzoną terminologię z zakresu nauk o mediach, rozumie ich źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	P7U_W P7S_WG
DK2_W02	ma pogłębioną wiedzę na temat medioznawstwa, jego miejscu w systemie nauk i przedmiotowych oraz metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	P7U_W P7S_WG
DK2_W03	ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej i aktualnej kodyfikacji prawa autorskiego, prawa mediów oraz aktów prawnych regulujących dostęp do informacji publicznej), a także o zasadach i branżowych kodeksach etycznych, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, normach oraz zasadach i przepisach dotyczących struktur społecznych, a szczególnie instytucji medialnych, rządzących nimi prawidłowościach oraz o ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach działania	P7S_WK P7S_WG
DK2_W04	zna dogłębnie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie komunikowania	P7S_WG P7S_WK
DK2_W05	potrafi precyzyjnie wskazać i dokładnie wyjaśnić różnice między dziennikarstwem a public relations, precyzyjnie określa i opisuje ich wzajemne relacje i zależności, dobrze zna historię, cel i zadania public relations oraz zasady i metody działań z zakresu public relations	P7S_WG
DK2_W06	ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń	P7U_W P7S_WG
DK2_W07	zna rozmaite struktury, instytucje i systemy społeczne oraz ma poszerzoną wiedzę o relacjach i zależnościach między nimi, a także o narzędziach badania procesów społecznych, badań opinii publicznej i czynników, które jej kształtują	P7S_WG P7S_WK
DK2_W08	dogłębnie zna pojęcia z zakresu ekonomiki mediów i zarządzania mediami	P7S_WG P7S_WK
DK2_W09	głęboko rozumie potrzebę komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zna w stopniu zaawansowanym wszystkie obowiązki i zadania rzecznika prasowego instytucji	P7U_W P7S_WG

DK2_W10	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej, rozszerzoną wiedzę o reklamie i branży reklamowej, również w mediach społecznościowych	P7U_W P7S_WG
DK2_W11	zna biegle zasady języka polskiego (pisowni i wymowy), środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne, mowę ciała oraz zasady prowadzenia debat i sporów publicznych w mowie i na piśmie oraz zasad pracy z mediami audiowizualnymi, komputerem i Internetem, a także ze współczesnymi narzędziami multimedialnymi	P7U_W P7S_WG
DK2_W12	zna dobrze specyfikę i podstawowe różnice między poszczególnymi mediami (prasa, radio i telewizja) oraz cechy gatunkowe właściwe dla tych mediów, jak również dla nowych mediów i mediów społecznościowych	P7U_W P7S_WG
DK2_W13	ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę w zakresie zasad i norm etycznych	P7S_WK P7S_WG
DK2_W14	ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji świata kultury medialnej, ich elementach, współdziałaniu, oddziaływaniu na społeczeństwo w różnych wymiarach i aspektach oraz posiada dogłębną orientację we współczesnym życiu kulturalnym	P7S_WK P7S_WG
DK2_W15	ma pogłębioną wiedzę na temat funkcjonowania grup i instytucji medialnych oraz zarządzania nimi	P7U_W P7S_WG
DK2_W16	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z komunikacją, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej, rozszerzoną wiedzę o zarządzaniu wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy	P7U_W P7S_WG
DK2_W17	zna w sposób pogłębiony techniki pozyskiwania danych i informacji oraz potencjalne źródła informacji; posiada dogłębną wiedzę na temat zasad selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji	P7U_W P7S_WG
DK2_W18	posiada rozszerzoną wiedzę na temat komunikacji w grupach oraz małych i średnich instytucjach medialnych, a także działalności public relations i marketingowej na rzecz ww. instytucji	P7U_W P7S_WG
umiejętności: absolwent potrafi ...		
DK2_U01	biegle zna, dobrze rozpoznaje i znakomicie umie posługiwać się wszystkimi gatunkami dziennikarskimi, adekwatnymi do potrzeb komunikacji medialnej, a także rozpoznaje i biegle wykorzystuje specyfikę komunikacji w nowych mediach oraz w mediach społecznościowych	P7S_UW P7S_UK

DK2_U02	potrafi precyzyjnie określić i wykorzystać rozmaite źródła informacji dziennikarskich, a także korzystać z różnych źródeł informacji; dokonuje biegle selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji oraz swobodnie posługuje się nimi w pracy we wszystkich rodzajach mediów oraz w komunikacji z mediami i komunikacji marketingowej	P7S_UW P7S_UK
DK2_U03	biegle konstruuje wszystkie formy informacyjne (pisemne i ustne), bezbłędnie dokonuje selekcji zdobywanych informacji, zauważa i wskazuje na zależności między nimi i ich wpływ na procesy społeczne i postawy indywidualne odbiorców	P7S_UW P7S_UK
DK2_U04	posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania pisemnych tekstów w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami ortografii, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny	P7S_UW P7S_UK
DK2_U05	posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami retoryki, wymowy, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny	P7S_UW P7S_UK
DK2_U06	dobrze potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społeczno-ekonomicznych na rynku medialnym, dogłębnie analizuje ich genezę, powiązania oraz przewiduje skutki	P7U_U P7S_UW
DK2_U07	potrafi w stopniu zaawansowanym prawidłowo interpretować przekazy medialne, badać różne rodzaje mediów i interpretować wyniki tych badań, analizować dyskurs medialny, dokonywać monitoringu mediów oraz badać i kształtować opinię publiczną, rozpoznawać próby manipulacji i propagandy i bronić się przed nimi, a także mechanizmy psychologiczne występujące w procesach komunikacyjnych i społecznych	P7S_UW P7S_UU
DK2_U08	potrafi swobodnie i profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów, w tym także w mediach społecznościowych	P7S_UW P7S_UK P7S_UU
DK2_U09	posiada dogłębną umiejętność rozróżniania narzędzi marketingu, promocji i reklamy oraz planowania mediów, umiejętność posługiwania się narzędziami marketingu, umiejętność stworzenia briefu reklamowego i przygotowania kampanii społecznej	P7U_U P7S_UW
DK2_U10	opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego	P7S_UW P7S_UK

DK2_U11	umie rozpoznać, a następnie przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych rodzajów wytworów kultury medialnej w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego i miejsca w procesie historyczno-kulturowym	P7U_U P7S_UW P7S_UU
DK2_U12	potrafi biegle nazwać i wskazać procesy wpływające na globalne i lokalne przemiany społeczno-ekonomiczne na rynku mediów	P7S_UW P7S_UK P7S_UU
DK2_U13	biegle stosuje zasady etyczne i prawne, ze szczególnym uwzględnieniem etyki zawodowej i prawa mediów oraz własności intelektualnej	P7U_U P7S_UW
DK2_U14	posiada rozszerzone umiejętności w zakresie komunikacji w grupach oraz małych i średnich instytucjach medialnych, a także działalności marketingowej i public relations na rzecz ww. instytucji	P7S_UW P7S_UK P7S_UO
DK2_U15	posiada rozszerzone umiejętności w dziedzinie komunikacji, marketingu i public relations w kontekście zarządzania wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy	P7S_UW P7S_UK P7S_UO
DK2_U16	biegle wykorzystuje techniki komunikowania właściwe dla mass mediów i mediów społecznościowych	P7S_UW P7S_UK
DK2_U17	ma umiejętności językowe w zakresie nauki o mediach zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, a w szczególności: posiada pogłębioną umiejętność porozumiewania się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w swojej dziedzinie oraz popularyzowania wiedzy	P7S_UK P7S_UU
kompetencje społeczne: absolwent jest gotowy do ...		
DK2_K01	w pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_K02	ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza niepowtarzalne kierunki własnego rozwoju i kształcenia, potrafi także inspirować i organizować proces uczenia innych osób	P7U_K P7S_KK
DK2_K03	docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	P7S_KO P7S_KR

DK2_K04	ma głębokie przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań komunikacyjnych w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się daleko posuniętą wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych w zakresie komunikacji społecznej	P7U_K P7S_KO P7S_KR
DK2_K05	ma głębokie i utrwalone przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania zasad etyki zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_K06	jasno dostrzega i precyzyjnie formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane z własną i cudzą pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań, postępuje zgodnie z zasadami etyki ogólnej i zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_K07	jest świadomy istnienia etycznego wymiaru w działaniach instytucji medialnych oraz pracy w mediach i na rzecz mediów	P7U_K P7S_KR P7S_KO
DK2_K08	jest dobrze przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach medialnych i zdolny do biegłego porozumiewania się z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami w danej dziedzinie, jak również przedstawicielami obcych cywilizacji	P7S_KR P7S_KK
DK2_K09	odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania związane z pracą w instytucjach medialnych	P7S_KR P7S_KK

3.1 Program studiów

Ogólne informacje o programie	
Klasyfikacja ISCED	0321
Liczba semestrów	4
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	Magister
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów	1140 (bez praktyk)
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	60
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	3
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru	72
Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową	89
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	28
Liczba punktów ECT, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
Wymogi związane z ukończeniem studiów	Złożenie pracy dyplomowej oraz egzamin dyplomowy
Opis realizacji programu	
<p>Program studiów drugiego stopnia realizowany jest w trybie 4 semestrów. Program podzielono na 4 bloki:</p> <ul style="list-style-type: none">• podstawy dziennikarstwa,• komunikologia,• strategia mediów,• analiza mediów, <p>obejmujące przedmioty obowiązkowe;</p> <ul style="list-style-type: none">- przedmioty do wyboru (2 – z 4 bloków: rzecznictwo prasowe i e-public relations, informacja medialna, prakseologia, cywilizacja medialna);- zajęcia fakultatywne- przedmioty ogólnouczelniane;- wykłady w języku obcym. <p>Student uczestniczy również w teście sprawdzającym jego kompetencje w zakresie posługiwania się poprawną polszczyzną oraz ma możliwość ich doskonalenia w czasie trwania studiów. Program praktyk obejmuje praktyki zewnętrzne oraz w ramach specjalizacji – laboratoria na kierunku. Stanowi on załącznik do programu studiów. Warunkiem ukończenia studiów są zasady określone w regulaminie studiów oraz przez dziekana WT.</p>	

3.2 Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia oraz sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Nr semestru	nazwa przedmiotu	język wykładowy	Symbole efektów uczenia się	Forma zajęć	Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Liczba ECTS	Liczba godzin
Przedmioty obowiązkowe dla studentów							
Blok: Podstawy dziennikarstwa							
2	Gatunki i formy dziennikarstwa - pragmatyka języka dziennikarskiego – test kompetencji z języka polskiego	polski	DK2_W11, DK2_U03, DK2_U04, DK2_U05, DK2_U10, DK2_K04	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	5	30
2	Prezentacje i wypowiedzi publiczne - retoryka i erystyka dziennikarska	polski	DK2_W06, DK2_W11, DK2_U05, DK2_U08, DK2_K04	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
2	Dylematy zawodu dziennikarza w aspekcie prawnym	polski	DK2_W03, DK2_U13, DK2_K01, DK2_K09	wykład	egzamin	2	30
1	Etyczne dylematy zawodu dziennikarskiego	polski	DK2_W03, DK2_W13, DK2_U13, DK2_K01, DK2_K05, DK2_K06, DK2_K07	konwersatorium	zaliczenie na ocenę	2	30
Blok: Komunikologia							
1	Podstawy i funkcjonowanie systemów medialnych	polski	DK2_W08, DK2_U06, DK2_U12, DK2_K03	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
1	Komunikacja w mediach	polski	DK2_W12, DK2_U01, DK2_U07, DK2_U08, DK2_U10, DK2_U16, DK2_K03	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
3	Hermeneutyka dziennikarska	polski	DK2_W11, DK2_W12, DK2_W14, DK2_U05, DK2_U07, DK2_U11, DK2_K04	wykład	egzamin	2	30
4	Profesjonalizacja medialna	polski	DK2_W03, DK2_W08, DK2_W18, DK2_U06, DK2_U12, DK2_U14, DK2_K04	wykład	zaliczenie na ocenę	2	30
Blok: Strategia mediów							
1	Reklama i marketing medialny	polski	DK2_W10, DK2_W16, DK2_U09, DK2_U15, DK2_K04	wykład	zaliczenie na ocenę	2	30

1	Public relations strategiczne	polski	DK2_W01, DK2_W05, DK2_W09, DK2_W10, DK2_W15, DK2_U15, DK2_K02	wykład	egzamin	2	30
2	Metodologia badań marketingowych	polski	DK2_W01, DK2_W07, DK2_W15, DK2_W17, DK2_U02, DK2_U07, DK2_K09	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
2	Strategiczne zarządzanie marką	polski	DK2_W16, DK2_U03, DK2_U09, DK2_U15, DK2_U16, DK2_K06, DK2_K07	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
Blok: Analiza mediów							
1	Analiza zawartości mediów	polski	DK2_W01, DK2_W02, DK2_W15, DK2_W16, DK2_W18, DK2_U14, DK2_K02	wykład	egzamin	2	30
2	Analiza zawartości mediów - prasa i internet	polski	DK2_W01, DK2_W07, DK2_W12, DK2_W17, DK2_U02, DK2_U07, DK2_K03	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
3	Analiza zawartości mediów - media wizualne	polski	DK2_W01, DK2_W02, DK2_U04, DK2_U09, DK2_K02	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
4	Analiza zawartości mediów - media audiowizualne	polski	DK2_W15, DK2_W18, DK2_U06, DK2_U14, DK2_K02	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
Inne zajęcia obowiązkowe							
1	Badania medioznawcze - ćwiczenia do wykładu	polski	DK2_W01, DK2_W02, DK2_U04, DK2_K02	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	2	30
1	Badania medioznawcze	polski	DK2_W01, DK2_W07, DK2_W12, DK2_W17, DK2_U02, DK2_U07	wykład	egzamin	2	30
1	Seminarium magisterskie	polski	DK2_W02, DK2_W04, DK2_W13, DK2_U17	seminarium	zaliczenie na ocenę	7	30
2	Seminarium magisterskie	polski	DK2_W02, DK2_W04, DK2_W13, DK2_U17	seminarium	zaliczenie na ocenę	7	30
3	Seminarium magisterskie	polski	DK2_W02, DK2_W04, DK2_W13, DK2_U17	seminarium	zaliczenie na ocenę	7	30
4	Seminarium magisterskie	polski	DK2_W02, DK2_W04, DK2_W13, DK2_U17	seminarium	zaliczenie na ocenę/złożenie pracy dyplomowej	7	30

2	Translatorium w języku angielskim - poziom B2+	j. angielski	DK2_U12, DK2_U17, DK2_K02, DK2_K09	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
1	Wykład ogólnouczelniany zakresu nauk humanistycznych	polski	DK2_W04, DK2_W18, DK2_U14, DK2_U15, DK2_K08	wykład	zaliczenie na ocenę	5	60
1-4	Praktyki zawodowe	polski	DK2_W03, DK2_W15, DK2_U02, DK2_U05, DK2_U13, DK2_K01, DK2_K02	praktyki	zaliczenie na ocenę	6	160
Zajęcia fakultatywne dla studentów wliczane do punktów ECTS							
1-2	Język polski akademicki dla cudzoziemców	polski	DL_W10, DL_U12, DL_U19	konwersatorium	zaliczenie na ocenę	6	60
1-2	Wykład do wyboru z zakresu rzecznictwa prasowego i e-public relations	polski	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
1-2	Wykład do wyboru z zakresu informacji medialnej	polski	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
1-2	Wykład do wyboru z zakresu prakseologii	polski	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
1	Wykład do wyboru z zakresu cywilizacji medialnej	polski	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
2	Wykład do wyboru z zakresu komunikologii i medioznawstwa	polski	DK2_W08, DK2_W10, DK2_W14, DK2_U11, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
Przedmioty do wyboru - 2 z 4 bloków							
Blok: Rzecznictwo prasowe i e-public relations							
2	Biuro prasowe i komórka PR	polski	DK2_W03, DK2_W05, DK2_W09, DK2_W16, DK2_U05, DK2_U08, DK2_K04	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
2	Warsztat rzecznika prasowego - zarządzanie kryzysowe	polski	DK2_W06, DK2_W09, DK2_W15, DK2_W16, DK2_U07, DK2_U15, DK2_K06	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
3	PR w social media	polski	DK2_W05, DK2_W06, DK2_W09, DK2_W12, DK2_W18, DK2_U01, DK2_U08	wykład	egzamin	3	30
3	Warsztat public relations - relacje inwestorskie	polski	DK2_W08, DK2_U02, DK2_U06, DK2_U12, DK2_K01	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30

Blok: Informacja medialna							
2	Spółeczeństwo informacyjne w aspekcie prawnym	polski	DK2_W03, DK2_W17, DK2_U13, DK2_K01	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
2	Research, selekcja i ocena jakości informacji	polski	DK2_W17, DK2_U02, DK2_U03, DK2_U09, DK2_K09	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
3	Źródła i bezpieczeństwo informacji	polski	DK2_W07, DK2_W17, DK2_U02, DK2_U07, DK2_K05	wykład	egzamin	3	30
3	Tworzenie i prezentacja informacji	polski	DK2_W11, DK2_W12, DK2_U02, DK2_U03, DK2_U04, DK2_K04	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
Blok: Prakseologia							
2	Prakseologia mediów	polski	DK2_W15, DK2_W16, DK2_U10, DK2_U14, DK2_U15, DK2_U16, DK2_K04	wykład	egzamin	3	30
3	Warsztaty z mikrofonem i kamerą	polski	DK2_W06, DK2_W09, DK2_W12, DK2_U01, DK2_U05, DK2_U10, DK2_K08	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
2	Blogosfera	polski	DK2_W05, DK2_W10, DK2_W12, DK2_U03, DK2_U08, DK2_U10, DK2_U16	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30
3	Teksty i materiały medialne	polski	DK2_W05, DK2_W09, DK2_W10, DK2_W11, DK2_U01, DK2_U08, DK2_K01	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
Blok: Cywilizacja medialna							
2	Rola i znaczenie mediów w społeczeństwie	polski	DK2_W04, DK2_W07, DK2_W08, DK2_U06, DK2_K03	wykład	egzamin	3	30
2	Cyberprzestrzeń - szanse i zagrożenia	polski	DK2_W03, DK2_U01, DK2_K05, DK2_K07, DK2_K08	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
3	Bioetyczne dylematy komunikacyjne	polski	DK2_W13, DK2_U13, DK2_K05, DK2_K07, DK2_K08	ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	3	30
3	Psychologia mediów	polski	DK2_W04, DK2_W06, DK2_W07, DK2_U14, DK2_K03	wykład	zaliczenie na ocenę	3	30

PROGRAM PRAKTYK ZAWODOWYCH

Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna – studia II stopnia, profil ogólnoakademicki

Postanowienia ogólne

1. Praktyki zawodowe stanowią integralną część procesu kształcenia studentów i są bezpośrednio powiązane z programem kształcenia studiach II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.
2. Praktyki zawodowe odbywają się po I roku studiów i trwają 160 godzin. Praktyki mają charakter ciągły, tzn. nieprzerwana 4-tygodniowa ciągłość praktyk jest jednym z warunków ich zaliczenia. W związku z tym zaleca się, by praktyki odbywały się w okresie wakacji (lipiec-sierpień-wrzesień). W wyjątkowych sytuacjach, po uzyskaniu zgody Pełnomocnika Dziekana ds. praktyk, możliwe jest odbycie praktyki w ciągu roku akademickiego – pod warunkiem, że nie będzie to kolidowało z programem nauczania i nie utrudni przebiegu studiów. Za zrealizowanie praktyk student otrzymuje ocenę oraz 6 punktów ECTS.
3. Rozliczenie praktyk odbywa się do końca IV semestru, zgodnie z Regulaminem Praktyk Zawodowych w Uniwersytecie Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie.

Cele praktyk zawodowych

1. Celem odbywania praktyk zawodowych jest weryfikacja wiedzy teoretycznej zdobytej podczas studiów i pozyskanie umiejętności praktycznych przez studentów kierunku dziennikarstwo i w związku z tym kierunkowe efekty uczenia się przewidziane dla praktyk zawodowych na studiach II stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna odnoszą się przede wszystkim do obszaru umiejętności i kompetencji społecznych.
2. W czasie praktyk zawodowych student poznaje specyfikę pracy w instytucjach medialnych i okołomedialnych (w zależności od specyfiki podmiotu, w którym realizowane są praktyki).
3. Celem praktyk jest przygotowanie studenta do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach, a także przekazanie mu podstaw profesjonalnego postępowania, planowania i organizacji pracy.
4. Praktyki zawodowe służą poznaniu i zrozumieniu zadań i obowiązków pracownika mediów we współczesnym systemie organizacji mediów.
5. W czasie odbywania praktyk zawodowych student utrwala teoretyczną wiedzę z zakresu znajomości struktur i modeli działania instytucji (około-)medialnych, nabytą w czasie zajęć dydaktycznych na uczelni.
6. Odbywając praktyki zawodowe, student ma możliwość zastosowania w praktyce wiedzy teoretycznej zdobywanej na zajęciach dydaktycznych na uczelni.
7. Realizując praktyki zawodowe, student nabywa wiedzę o podobieństwach i różnicach między teoretycznymi modelami i koncepcjami działania mediów a ich realnym/pragmatycznym funkcjonowaniem.
8. Student odbywający praktyki zawodowe utrwala już znane i poznaje nowe pojęcia z zakresu mediów – uczy się praktycznego posługiwania nimi.

9. Student realizujący praktyki zawodowe zyskuje świadomość trudności i zagrożeń, które mogą towarzyszyć wykonywaniu zawodu w instytucjach z szeroko pojętej branży medialnej (stres, presja czasu, konieczność zdobywania informacji, wypalenie zawodowe; możliwość nacisków i inne).
10. Odbywając praktyki zawodowe, student ma możliwość praktycznego zweryfikowania swoich predyspozycji do wykonywania wybranego zawodu.
11. W czasie praktyk zawodowych student bierze czynny udział w życiu i pracach redakcji i innych instytucji – doświadcza pracy zespołowej.
12. Realizując praktyki zawodowe i nawiązując kontakt z potencjalnym pracodawcą i specjalistami z branży, student rozwija kompetencje społeczne, które pozwalają mu dostrzegać potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego.

Efekty uczenia się i sposoby ich weryfikacji

1. W programie kształcenia przewidziano następujące kierunkowe efekty uczenia się:
 - DK2_W03 Absolwent ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej i aktualnej kodyfikacji prawa autorskiego, prawa mediów oraz aktów prawnych regulujących dostęp do informacji publicznej), a także o zasadach i branżowych kodeksach etycznych, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, normach oraz zasadach i przepisach dotyczących struktur społecznych, a szczególnie instytucji medialnych, rządzących nimi prawidłowościach oraz o ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach działania.
 - DK2_U01 Absolwent biegle zna, dobrze rozpoznaje i znakomicie umie posługiwać się wszystkimi gatunkami dziennikarskimi, adekwatnymi do potrzeb komunikacji medialnej, a także rozpoznaje i biegle wykorzystuje specyfikę komunikacji w nowych mediach oraz w mediach społecznościowych
 - DK2_U08 Absolwent potrafi swobodnie i profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów, w tym także w mediach społecznościowych.
 - DK2_U10 Absolwent opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego.
 - DK2_K04 Absolwent ma głębokie przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań komunikacyjnych w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się daleko posuniętą wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych w zakresie komunikacji społecznej.
2. Student po ukończeniu praktyk zawodowych w zakresie przedmiotowych efektów uczenia się:
 - zna podstawy prawne i etyczne dotyczące funkcjonowania podmiotu, w którym były realizowane praktyki zawodowe

- zna strukturę organizacyjną redakcji lub jednostki w organizacji, odpowiedzialnej za realizację zadań związanych z szeroko pojętą komunikacją
 - potrafi włączyć się w działania grupy realizującej określone cele zawodowe i wykonywać powierzone zadania oraz rozwijać swoje umiejętności pod opieką przełożonego
 - zna i wykorzystuje metody, narzędzia i techniki pracy właściwe dla stanowiska, na którym realizował praktyki
 - potrafi obsługiwać sprzęt niezbędny do realizacji zadań dziennikarza działającego w strukturach określonego medium (prasa, radio, telewizja, nowe media) lub pracownika instytucji/jednostek realizujących zadania z zakresu komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej
 - potrafi sprawnie wykorzystywać różnorodne źródła informacji dziennikarskich i informacji ogólnie
 - umie sprawnie selekcjonować zdobywane informacje
 - swobodnie posługuje się zdobytymi informacjami w pracy we wszystkich rodzajach mediów oraz w komunikacji z mediami i komunikacji marketingowej
 - biegle konstruuje różnorodne formy przekazów o charakterze informacyjnym - pisemne i ustne
 - potrafi przygotowywać w formie pisemnej różnorodne teksty w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami ortografii, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny.
3. Sposób weryfikacji przedmiotowych efektów uczenia się: ocena Pełnomocnika ds. praktyk na podstawie rozmowy ze studentem oraz karty kompetencji praktykanta i dziennika praktyk.

Miejsce odbywania praktyk zawodowych

Wybór miejsca odbywania praktyk powinien korespondować z charakterem studiów. Mogą być one realizowane w:

- redakcjach prasy, radia, telewizji, portalach internetowych
- w wydawnictwach
- w agencjach informacyjnych
- w biurach rzecznika prasowego
- w agencjach reklamy, marketingu, public relations
- w jednostkach działających w strukturach firm z dowolnej branży, odpowiedzialnych za komunikację wewnętrzną i zewnętrzną.

Miejsce odbywania studenckich praktyk zawodowych powinno uwzględniać potrzeby osób niepełnosprawnych oraz stwarzać przyjazne środowisko pracy, dostosowane do ich możliwości i zapewniające realizację ich potrzeb, w tym swobodny dostęp do budynku, biurka i pomieszczeń sanitarno-socjalnych. W miarę możliwości pracodawca powinien wyznaczyć pracownika, który wspomagałby osobę niepełnosprawną przy realizowaniu zadań związanych z odbywaniem praktyki.