***Załącznik do uchwały nr 477 Senatu UŁ***

***z dnia 14 czerwca 2019 r.***



**Opis programu studiów dla kierunku**

***dziennikarstwo i komunikacja społeczna***

**studia I stopnia**

1. **Nazwa kierunku**: Dziennikarstwo i komunikacja społeczna.
2. **Opis kierunku**

*Dziennikarstwo i komunikacja społeczna* jako kierunek łączy dwie perspektywy: humanistyczną, koncentrującą się na istocie komunikowania międzyludzkiego, oraz kulturową, dotyczącą istnienia i funkcjonowania różnych środowisk, ich funkcji i znaczenia w życiu wspólnoty. Oznacza to, że kluczowe pojęcie tekstu kultury należy rozumieć bardzo szeroko – może obejmować ono różnorodne instytucje funkcjonujące w ramach systemów medialnych oraz przekazy powstające w wyniku ich działalności. W tym kontekście można postrzegać również działalność dziennikarzy i innych osób związanych z mediami. Kształcenie w tym zakresie obejmuje także analizę zależności między procesami kulturowymi, społecznymi, polityczno-prawnymi, gospodarczymi i historycznymi a procesami komunikowania.

Kierunek prowadzony jest przez Katedrę Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej. W jej obrębie działa Zakład Teorii i Praktyki Komunikacji. Część kadry dydaktycznej tworzą doświadczeni dziennikarze, pracownicy działów public relations i agencji reklamowych, którzy prowadzą zajęcia warsztatowe.

Kierunek na I stopniu kształcenia oferuje studentom studiów stacjonarnych i niestacjonarnych następujące specjalizacje:

* Dziennikarstwo i krytyka medialna;
* Reklama, design i komunikacja wizualna;
* Research medialny (specjalizacja prowadzona przez pracowników Wydziału Ekonomiczno-Socjologicznego).

Studenci współpracują przy tworzeniu audycji radiowych na antenie Polskiego Radia Łódź „Uniwersytet Łódzki na fali”, uczestniczą w działalności pięciu kół naukowych, a także mają możliwość kształcenia się w innych krajach UE oraz wyjazdów na praktyki w ramach programu Erasmus+. Najlepsi studenci mogą starać się o stypendia różnych fundacji oraz uczestniczyć w krajowym programie MOST.

1. **Poziom studiów**: studia I stopnia (licencjackie) – 6 semestrów, 180 pkt ECTS.
2. **Profil studiów**: ogólnoakademicki.
3. **Forma studiów:** stacjonarne i niestacjonarne.
4. **Zasadnicze cele kształcenia** w tym nabywane przez absolwenta kwalifikacje
5. przekazanie wiedzy teoretycznej z zakresu wybranych dziedzin i dyscyplin naukowych, w szczególności kultury rozumianej jako przejaw złożonych relacji międzyludzkich i międzyinstytucjonalnych, a także z zakresu filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii – w wybranych aspektach;
6. przekazanie wiedzy na temat mediów masowych, procesów komunikowania międzypersonalnego, społecznego i międzykulturowego oraz ich uczestników;
7. zaznajomienie z prasą, radiem, telewizją, książką, filmem, fotografią, Internetem, reklamą i przekazami wizualnymi rozumianymi jako teksty kultury – w wybranych aspektach;
8. wykształcenie umiejętności w zakresie rozpoznawania i interpretowania zjawisk kulturowych, także w odniesieniu do faktów oraz procesów zachodzących w życiu politycznym, społecznym, ekonomicznym i kulturalnym w skali lokalnej i globalnej w zmiennych warunkach;
9. wykształcenie umiejętności w zakresie tworzenia i rozpowszechniania przy pomocy mediów różnych typów tekstów kultury, z zachowaniem reguł wynikających z etyki i warsztatu zawodów medialnych oraz wykorzystaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych;
10. wykształcenie umiejętności w zakresie rozumienia i używania pojęć, terminów i definicji z zakresu nauk o kulturze i religii, filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii w celu komunikowania się z otoczeniem oraz samodzielnego uczenia się;
11. kształcenie umiejętności językowych w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku;
12. kształcenie krytycznego myślenia, wiązania ze sobą faktów, wnioskowania, argumentowania i autoprezentacji na potrzeby dyskusji, pracy w zespole i sprawnego komunikowania się z otoczeniem;
13. kształcenie świadomości właściwych wzorów postępowania, priorytetów, zasad etycznych i reguł warsztatu zawodów związanych z działalnością medialną;
14. kształcenie umiejętności współpracy, podejmowania inicjatywy, decydowania, oceniania oraz ponoszenia odpowiedzialności w odniesieniu do zadań związanych z działalnością medialną i pracami zespołowymi.

Zrealizowanie zasadniczych celów kształcenia umożliwia osiągnięcie przez absolwenta kwalifikacji związanych z:

* znajomością oraz rozumieniem zagadnień teoretycznych opisanych w punktach a–c;
* analizą, ocenianiem i stosowaniem w praktyce umiejętności opisanych w punktach d–g;
* zachowaniem reguł i zasad komunikowania się z otoczeniem, w szczególności z wykorzystaniem mediów, w warunkach dyskursu publicznego oraz pracy w grupie (punkty h–j).

1. **Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:** licencjat.
2. **Możliwości zatrudnienia i kontynuacji kształcenia przez absolwenta**

Poniżej wymienione są najważniejsze instytucje, z którymi współpracuje Wydział oraz w których znajdują zatrudnienie absolwenci naszego kierunku.

**Media**:

„Gazeta Wyborcza Łódź”, „Dziennik Łódzki”, serwis internetowy gazety „Dziennik Łódzki” ([www.dzienniklodzki.pl](http://www.dzienniklodzki.pl)), „Newsweek Polska”, „Forbes”, redakcje prasowe regionu łódzkiego, TVP Łódź, TVP Toya (Łódź), Radio Łódź, Radio Eska, Radio Planeta, TVN (oddział Łódź), Radio Plus.

**Agencje (PR i reklamowe), instytucje**:

Agencja PR Telma Group Communications, Saint-Gobain Sekurit HanGlas Polska Sp. z o.o. oddział Autover, Speedmail Sp. z o.o., Fundacja Zdrowie i Bezpieczeństwo, Firma Amii, Agencja Żarówka PR i Marketing, Agencja Heath Think Public Relations w Łodzi, Fine Performance, GranhojDans, Toolbox Creative Communications, PSI Polska, Media4U, Mobilem, Adar Spedition, Fujitsu Technology Solutions, L'Oréal, Seed Labs, Clicktron Media, Polska Finansowa sp. z o.o., Panaopticon, Polska Grupa Farmaceutyczna SA, Inovatica, Rossmann SDP, mBank S.A, Łódzki Dom Kultury, Centrum Włókiennictwa w Łodzi, Urząd Miasta Pabianice (biuro rzecznika prasowego).

Po *dziennikarstwie i komunikacji społecznej* absolwent może znaleźć zatrudnienie:

* w redakcjach mediów tradycyjnych ogólnych i specjalistycznych, lokalnych oraz ogólnokrajowych (jako początkujący dziennikarz, reporter lub sekretarz redakcji);
* w redakcjach mediów internetowych ogólnych i specjalistycznych;
* w agencjach reklamowych;
* w organizacjach dowolnego typu w zakresie pracy internal i public relations.

**W rozumieniu Rozporządzenia Ministra Pracy i Polityki Socjalnej z dnia 7 sierpnia 2014 r.**w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy, zakresu jej stosowania (Dz. U. z 2014 r. poz. 1145 z późniejszymi uzupełnieniami Dz. U. 2016 poz. 1876, tekst jednolity Dz. U. 2018 poz. 227)oraz w odniesieniu do szerokich poziomów kompetencji określonych w ISCO-08 oraz poziomów kształcenia zawartych w Międzynarodowej Standardowej Klasyfikacji Edukacji (ISCED 2011) absolwenci *dziennikarstwa i komunikacji społecznej* I stopnia są predysponowani do wykonywania zawodów klasyfikowanych zwłaszcza w grupie wielkiej 1. (przedstawiciele władz publicznych, wyżsi urzędnicy i kierownicy), 2. (specjaliści), 3. (technicy i średni personel) i 4. (pracownicy biurowi). Wiedza, umiejętności i postawy kształtowane na studiach mogą być przydatne zwłaszcza w wykonywaniu poniższych zawodów, na ogół po odpowiednim stażu zawodowym lub zdobyciu kolejnych kompetencji (wyróżniono zawody preferowane):

* z grupy wielkiej 1.

111490 pozostali zawodowi działacze organizacji członkowskich;

* z grupy wielkiej 2.

216605 projektant grafiki stron internetowych,

216690 pozostali projektanci grafiki i multimediów,

243102 autor tekstów i sloganów reklamowych (copywriter),

243108 specjalista do spraw mediów interaktywnych,

242312 specjalista integracji międzykulturowej,

264201 **dziennikarz**,

264203 **krytyk artystyczny**,

264205 **reporter radiowy / telewizyjny / prasowy**,

264207 **redaktor serwisu internetowego**,

264290 **pozostali dziennikarze**,

265605 **prezenter telewizyjny**,

265606 **spiker radiowy**,

265690 **pozostali prezenterzy radiowi, telewizyjni i pokrewni**,

265902 **bloger / vloger**;

* z grupy wielkiej 3.

333290 pozostali organizatorzy konferencji i imprez;

* z grupy wielkiej 4.

333290 pozostali organizatorzy konferencji i imprez,

411090 pozostali pracownicy obsługi biurowej.

Absolwent studiów licencjackich może kontynuować kształcenie na studiach magisterskich, na których wymagania wstępne przewidują kompetencje zdobyte na I stopniu *dziennikarstwa i komunikacji społecznej*. Może także podejmować kształcenie na studiach II stopnia (magisterskich) w krajach, w których obowiązuje dwustopniowy system kształcenia uniwersyteckiego. Absolwent może również kontynuować naukę na studiach podyplomowych, kursach dokształcających na UŁ oraz innych uczelniach.

1. **Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata**

Wymagania wstępne wobec kandydatów na studia I stopnia na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* obejmują: znajomość literatury polskiej oraz gramatyki języka polskiego na poziomie matury rozszerzonej; podstawową orientację w polskim życiu kulturalnym; podstawową orientację w polskim rynku medialnym; podstawową znajomość historii powszechnej; umiejętności komunikacyjne (w tym dobra dykcja oraz umiejętność tworzenia tekstów poprawnych pod względem stylistycznym i gramatycznym).

Rekrutacja na studia odbywa się zgodnie z zasadami określonymi w uchwale Senatu UŁ.

1. **Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się** z uwzględnieniem procentowych udziałów, w jakich program odnosi się do właściwych dla kierunku dyscyplin naukowych

Efekty uczenia się na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* odnoszą się do 2 dziedzin nauk i 11 dyscyplin, z których nauki o kulturze i religii są dyscypliną wiodącą, pozostałe są dyscyplinami uzupełniającymi.

**Studia stacjonarne**

dziedzina nauk humanistycznych

* dyscyplina wiodąca: nauki o kulturze i religii 52%;
* dyscypliny uzupełniające: językoznawstwo 11%; nauki o sztuce 4 %, pozostałe 6 %;

dziedzina nauk społecznych

* nauki o komunikacji społecznej i mediach 17%; nauki socjologiczne 5%; pozostałe 5%;

**Studia niestacjonarne**

dziedzina nauk humanistycznych

* dyscyplina wiodąca: nauki o kulturze i religii 56%;
* dyscypliny uzupełniające: językoznawstwo 9%; historia 10%; pozostałe 2%;

dziedzina nauk społecznych

* nauki o komunikacji społecznej i mediach 17%; nauki socjologiczne 5%; pozostałe 1%.

1. **Kierunkowe efekty uczenia się dla danego typu kwalifikacji wraz z odniesieniem do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK**

Zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6–8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz.U. 2018, poz. 2218) oraz Rozporządzeniem Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz.U. 2016, poz. 64)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Symbol** | **Efekty uczenia się dla kierunku**  ***dziennikarstwo i komunikacja społeczna*** | **Odniesienie do składnika opisu**  **charakterystyk I i II stopnia PRK** |
| **Wiedza** – absolwent kierunku zna i rozumie: | | |
| **01D-1A\_W01** | w podstawowym stopniu fakty, teorie i metody badań opisane w naukach o kulturze i religii | P6U\_W  P6S\_WG |
| **01D-1A\_W02** | w wybranych aspektach fakty, teorie i metody badań z zakresu filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii | P6U\_W  P6S\_WG |
| **01D-1A\_W03** | podstawową wiedzę na temat rynku mediów masowych i instytucji medialnych w Polsce i na świecie | P6U\_W  P6S\_WG |
| **01D-1A\_W04** | podstawowe procesy komunikowania międzypersonalnego, społecznego i międzykulturowego wykorzystujące określone formy, gatunki, mechanizmy, narzędzia i technologie stosowane w działalności medialnej | P6U\_W  P6S\_WK |
| **01D-1A\_W05** | kulturowe podłoże ról i zadań uczestników procesu komunikacji w mediach i za pośrednictwem mediów | P6U\_W  P6S\_WK |
| **01D-1A\_W06** | w podstawowym stopniu specyfikę różnych tekstów kultury, metody ich tworzenia oraz relacje między nimi | P6U\_W  P6S\_WG |
| **Umiejętności** – absolwent kierunku potrafi: | | |
| **01D-1A\_U01** | w podstawowym zakresie dostrzegać, interpretować oraz opisywać nowe zjawiska kulturowe, wykorzystując wiedzę teoretyczną i terminologię z zakresu nauk o kulturze i religii, filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii | P6S\_UW |
| **01D-1A\_U02** | w podstawowym stopniu rozpoznawać i interpretować zjawiska kulturowe w odniesieniu do faktów oraz procesów zachodzących w życiu publicznym w skali lokalnej i globalnej w zmiennych warunkach | P6S\_UW |
| **01D-1A\_U03** | w podstawowym zakresie projektować i rozpowszechniać przy pomocy mediów wybrane typy tekstów kultury | P6U\_U  P6S\_UW |
| **01D-1A\_U04** | praktycznie zastosować teoretyczną wiedzę dla tworzenia wybranych tekstów kultury, uwzględniając specyficzne uwarunkowania i cele komunikacji w pracy indywidualnej i zespołowej | P6U\_U  P6S\_UW  P6S\_UO |
| **01D-1A\_U05** | stosować reguły wynikające z etyki i warsztatu zawodów medialnych oraz wykorzystywać technologie informacyjne i komunikacyjne w podstawowym zakresie | P6S\_UW |
| **01D-1A\_U06** | w podstawowym stopniu rozumieć i używać pojęć, terminów i definicji z zakresu filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii w celu komunikowania się z otoczeniem, a także wykorzystywać je w procesie samodzielnego uczenia się | P6U\_U  P6S\_UK  P6S\_UU |
| **01D-1A\_U07** | posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 w odniesieniu do zagadnień właściwych dla studiowanego kierunku w celu komunikowania się z otoczeniem i samodzielnego uczenia się | P6U\_U  P6S\_UK |
| **Kompetencje społeczne** – absolwent kierunku jest gotów do: | | |
| **01D-1A\_K01** | krytycznego myślenia i wiązania ze sobą podstawowych faktów z zakresu zagadnień właściwych dla studiowanego kie­runku | P6S\_KK |
| **01D-1A\_K02** | wnioskowania, argumentowania i autoprezentacji na potrzeby dyskusji i sprawnego komunikowania się z otoczeniem oraz w zgodzie z wzorami właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim | P6U\_K  P6S\_KK |
| **01D-1A\_K03** | kierowania się właściwymi wzorami postępowania przy zadaniach związanych z praktycznym zastosowaniem wiedzy podczas tworzenia wybranych typów tekstów kultury | P6U\_K  P6S\_KR |
| **01D-1A\_K04** | współpracy w oparciu o ustalone priorytety, zasady etyczne i reguły warsztatu zawodów związanych z działalnością medialną | P6S\_KR |
| **01D-1A\_K05** | podejmowania inicjatywy i odpowiedzialności w zakresie twórczego wykorzystania nabytej wiedzy, stosowania nietypowych rozwiązań i budowania zespołu | P6U\_K  P6S\_KK |
| **01D-1A\_K06** | krytycznej i konstruktywnej oceny pracy własnej i zespołu wiążącej się z ponoszeniem odpowiedzialności | P6U\_K  P6S\_KK |
| **01D-1A\_K07** | samodzielnego podejmowania decyzji w zakresie praktykowania komunikacji na różnych poziomach, pracy w zespole i komunikowania się z otoczeniem | P6U\_K  P6S\_KO |

1. **Efekt uczenia się z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Symbol** | **Efekty uczenia się dla kierunku**  ***dziennikarstwo i komunikacja społeczna*** | **Odniesienie do składnika opisu**  **charakterystyk II stopnia PRK** |
| **Wiedza** – absolwent kierunku zna i rozumie: | | |
| **01D-1A\_W07** | podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego | P6S\_WK |

1. **Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego, wnioski z analizy monitoringu karier zawodowych absolwentów oraz sprawdzone wzorce międzynarodowe**

Ostateczny kształt programu studiów jest rezultatem konsultacji ze studentami i absolwentami kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* oraz wymienionymi w punkcie 8 pracodawcami. W wyniku tej współpracy pierwotny kształt programu studiów uległ niezbędnej modyfikacji i, w miarę możliwości, został dostosowany do potrzeb rynku pracy.

Wydział Filologiczny prowadzi współpracę z firmami i instytucjami medialnymi w ramach kontaktów z Radą Biznesu i Pracodawców oraz z placówkami przyjmującymi studentów kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* na praktyki. Z nieformalnych relacji studentów wynika, że program kierunku oceniany jest pozytywnie, a potencjalni pracodawcy oczekują, że kompetencje absolwentów, szczególnie w zakresie wiedzy o zawodzie dziennikarza, umiejętności komunikacyjnych oraz docierania do źródeł informacji, pozwolą absolwentom bez nadmiernych trudności rozpocząć wykonywanie zadań praktycznych.

Specyfika kierunku wynika z nadania mu orientacji kulturowej, tj. postrzegania zawodu dziennikarskiego jako funkcjonującego w perspektywie praw i zasad wspólnotowych opartych na ciągłości i różnorodności, a także w warunkach ewolucji technologicznej wpływającej na relacje między nadawcami i odbiorcami komunikatów medialnych. Oznacza to m.in. potrzebę przygotowania absolwentów do pracy wymagającej stałego wzbogacania zdobytej wiedzy i umiejętności, rozumienia złożonych procesów społecznych i kulturowych, a także gotowości do pełnienia roli tłumacza zjawisk i interpretatora faktów zachodzących w otaczającej odbiorcę rzeczywistości. Takie podejście pozwala na bardziej efektywne i odpowiedzialne wykorzystanie cechującego wielu młodych ludzi zaangażowania w mediach społecznościowych, potrzeby funkcjonowania w grupie, a zarazem gotowości do przejawiania własnej odrębności i twórczego potencjału.

Dzięki działającemu na wydziale studiu radiowemu oraz uruchamianemu studiu telewizyjnemu absolwent kierunku może wykazać się także doświadczeniem zawodowym i umiejętnością przełożenia zdobytej wiedzy teoretycznej na praktykę. Lepiej rozumie reguły funkcjonowania instytucji związanych z komunikowaniem na skalę masową.

Kierunek łączy również zajęcia z warsztatu dziennikarskiego z przygotowaniem do pracy w agencjach PR, biurach marketingowych i innych miejscach, w których projektuje się i wykonuje zadania związane z szeroko pojętą komunikacją z otoczeniem. Odpowiada tym samym na wciąż wysokie zapotrzebowanie polskiego rynku pracy w tym zakresie. Ten aspekt kształcenia oraz działalności praktycznej studentów ma także na celu uświadomienie absolwentom, jakie zależności łączą zawód dziennikarza i PR-owca przede wszystkim w zakresie umiejętności i etyki.

Wydział Filologiczny nie posiada własnej jednostki monitorującej losy absolwentów. Powołana w tym celu jednostka ogólnouczelniana posiada znikome informacje na temat miejsc zatrudnienia absolwentów poszczególnych kierunków studiów Wydziału Filologicznego ze względu na mały odsetek studentów wyrażających zgodę na takie monitorowanie. Wiedza na ten temat pozyskiwana jest w sposób nieformalny, np. na podstawie kontaktów z absolwentami *dziennikarstwa i komunikacji społecznej* ich byłych promotorów. Można jednak zaobserwować, że znaczący odsetek naszych licencjatów decyduje się kontynuować studia na drugim stopniu, pozostając na kierunku i specjalizując się w oparciu o zdobytą już wiedzę i umiejętności.

Kierunek *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* prowadzi współpracę naukowo-dydaktyczną z kierunkami studiów na uniwersytetach zagranicznych oferującymi podobny program i efekty kształcenia. Studenci kierunku mają możliwość zrealizowania części programu studiów za granicą w ramach wyjazdów Erasmus+, zdobywają tym samym wiedzę na temat międzynarodowego systemu medialnego, a także doświadczenie współpracy i komunikacji z instytucjami międzynarodowymi.

Program kształcenia kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* jest podobny do programów prowadzonych w uczelniach zagranicznych w zakresie studiów kierunkowych, co daje studentom możliwość bycia członkiem międzynarodowej wspólnoty edukacyjnej.

1. **Związek studiów z misją uczelni i jej strategią rozwoju**

Misją Uniwersytetu Łódzkiego jest budowanie doskonałości naukowej oraz, poprzez doskonałość dydaktyczną, umożliwienie osiągnięcia sukcesu zawodowego swoim studentom, ich rozwój jako światłych i odpowiedzialnych obywateli, oddanych w swoim życiu czynieniu wspólnego dobra. Akcentuje ona takie wartości, jak wspólnota, innowacyjność dla rozwoju, otwartość i jedność w różnorodności. Ich realizacji sprzyja tworzenie kierunku na Wydziale Filologicznym, stanowiącym centrum bogatych tradycji humanistycznych w badaniach naukowych i dydaktyce uniwersyteckiej. Nawiązujemy do dziedzictwa wielonarodowej i wielokulturowej Łodzi oraz wartości dialogu przedstawicieli różnych grup społecznych, ale także stwarzamy możliwość szerokiego otwarcia na nowe doświadczenia, kompetencje i wiedzę płynącą z odmiennych doświadczeń cywilizacyjnych oraz kulturowych. Kształcenie uniwersyteckie buduje tożsamość wspólnoty w perspektywie regionalnej, krajowej i międzynarodowej.

Program kierunku odpowiada działaniom Uczelni zmierzającym do realizacji szczegółowych strategii w trzech obszarach: badań naukowych, oferty edukacyjnej i jakości kształcenia oraz umiędzynarodowienia uczelni.

Otwarcie na kontakty międzynarodowe sprzyja korzystaniu z doświadczeń zagranicznych ośrodków badawczych i wymianie pracowników. W szczególności stwarza okazję do kontaktów z reprezentantami środowiska dziennikarskiego z Polski i z zagranicy, służących przede wszystkim wzbogacaniu praktycznej wiedzy studentów. Cel ten może być realizowany w postaci spotkań bezpośrednich, które staną się okazją do promocji kierunku i uczelni, jak również dzięki nowoczesnym formom kształcenia, takim jak platformy cyfrowe i zasoby e-learningowe. Mogą one także stać się ważnym wkładem uniwersytetu w tworzenie wizerunku Łodzi jako miasta profesjonalistów i regionalnego centrum kształcenia się przez całe życie.

Kształt programu jest wyrazem zainteresowania tematyką dziennikarstwa w ujęciu kulturowym, ściśle łączy się zatem z budowaniem świadomości podobieństw i odrębności w procesie budowania wspólnoty. Kierunek daje możliwość pogłębienia tej wiedzy, nawiązania kontaktów międzynarodowych i tworzenia wspólnych międzynarodowych projektów dydaktycznych i naukowych, co sprzyja rozwojowi kompetencji interkulturowych. Dziennikarstwo w tym kontekście można zaś postrzegać jako działanie polegające na objaśnianiu i interpretowaniu złożonych problemów generowanych przez współczesną cywilizację. Istotną częścią tego działania jest podniesienie poziomu kształcenia językowego przez stworzenie studentom możliwości doskonalenia znajomości nowożytnego języka obcego. Ukończenie tak sprofilowanych studiów zwiększa szansę zdobycia pracy w mediach, nie tylko w Polsce, ale także za granicą.

1. **Różnice w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w UŁ**

W programie studiów *dziennikarstwa i komunikacji społecznej* położono nacisk na wiedzę z zakresu różnych dyscyplin naukowych, przede wszystkim nauki o kulturze i religii, ale również filozofii, socjologii, prawa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, polityki, współczesnej historii Polski i ekonomii (w wybranych aspektach). Kierunek wyróżnia rozbudowany program nauczania na temat przekazów medialnych rozumianych jako teksty kultury i funkcjonowania mediów w przestrzeni kulturowej.

Kierunek *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* istotnie różni się od kierunków proponujących podobnie zdefiniowane cele i efekty kształcenia.

W stosunku do kierunków dziennikarskich i związanych z informacją (*dziennikarstwo międzynarodowe*, *nowe media i kultura cyfrowa*, *informacja w środowisku cyfrowym*) – proponuje rozbudowaną wiedzę na temat tworzenia tekstów kultury oraz ich funkcjonowania i znaczenia w przestrzeni medialnej, co w decydującym zakresie nadaje studiom charakter ogólnoakademicki. Kultura postrzegana jest jako uniwersum ludzkiej działalności, wobec którego technologia jest jednym z wielu narzędzi usprawniających komunikację. Program studiów oferuje również wybór specjalizacji dziennikarsko-medialnych oraz większą liczbę przedmiotów dotyczących szeroko rozumianej komunikacji. Sytuuje informację w kontekście wartości ogólnohumanistycznych i dyskursu publicznego, kładąc mniejszy nacisk na jej ekonomikę i marketing.

W porównaniu do kierunków kulturoznawczych (kulturoznawstwo, międzynarodowe studia kulturowe), program proponuje teoretyczną wiedzę dotyczącą mass mediów, procesów komunikowania międzypersonalnego, społecznego i międzykulturowego oraz ich uczestników, a także praktyczne umiejętności dotyczące tworzenia przekazów medialnych. Problematyka niektórych zajęć, np. nad tożsamością czy relacjami transkulturowymi, stanowi jedynie kontekst dla zagadnień teoretycznokulturowych.

Program w znacznym stopniu ma charakter autorski:

* szczególny nacisk położono w nim nie na zagadnienia politologiczne, ale na wykształcenie kompetencji komunikacyjnych (nauka o komunikowaniu, public relations, negocjacje, perswazja, manipulacja, argumentacja, autoprezentacja);
* ze względu na specyfikę wydziału w treściach programowych znajdują się przedmioty o charakterze kulturoznawczym oraz kształcące sztukę pisania (sztuka pisania, kultura języka, styl wypowiedzi w mediach, redagowanie tekstów rzecznika prasowego);
* od początku funkcjonowania kierunku w ofercie studiów znajdują się trzy specjalizacje do wyboru;
* kierunek proponuje studentom wykłady opcyjne (prowadzone przez pracowników Wydziału Filologicznego i Ekonomiczno-Socjologicznego) do wyboru.

1. **Plany studiów**

Plany studiów są zgodne z przyjętym przez Radę Wydziału Filologicznego systemem ECTS.

**Studia stacjonarne** rok akad. 2019/2020

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rok** | **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **Moduły** |
| **Kod** | **Liczba godzin** | | | | | | | | | | | | | | | | **Forma zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **w1** | **w2** | | **w3** | | **ck1** | **ck2** | **ck3** | **cw** | | **s** | | **lj** | | **pr** | **Razem** |
| **I** | I | Podstawy filozofii |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **2** | MOPd |
| Podstawy socjologii |  | 14 |  | |  | |  | 14 |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **3** | MOPd |
| Podstawy prawa |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MOPd |
| Wstęp do mediologii |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **2** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  wprowadzenie |  | 28 |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **56** | e | **6** | MODz |
| Współczesne systemy polityczne |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MOPd |
| Kultura języka |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MOPd |
| Gatunki dziennikarskie prasowe |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MODz |
| Dykcja i emisja głosu |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MOPr |
| Wychowanie fizyczne |  |  |  | |  | |  |  |  | 30 | |  | |  | |  | **30** | oc | **0** | MOPr |
| razem I semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **310** |  | **29** |  |
| II | Historia Polski XX i XXI wieku |  |  | 28 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **3** | MOPd |
| Podstawy public relations |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **4** | MOPd |
| Retoryka dziennikarska |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **2** | MODz |
| Polski system medialny |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Komunikacja społeczna |  |  | 28 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **3** | MOPd |
| Sztuka pisania |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MOPr |
| Komputer w pracy dziennikarza i PR-owca |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MOPr |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo prasowe |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Gatunki dziennikarskie radiowe |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  argumentacja w komunikacji  społecznej |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Język obcy\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | | 60 | |  | **60** | oc | **3** | MOPd |
| Wychowanie fizyczne |  |  |  | |  | |  |  |  | 30 | |  | |  | |  | **30** | oc | **0** | MOPr |
| razem II semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **370** |  | **31** |  |
|  | razem I rok: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **680** |  | **60** |  |
| **II** | III | Systemy medialne na świecie |  |  | 28 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **3** | MODz |
| Prawo mediów |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Etyka dziennikarska |  | 28 |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Dziennikarskie źródła informacji |  |  |  | |  | |  | 14 |  |  | |  | |  | |  | **14** | oc | **2** | MODz |
| Gatunki internetowe |  |  |  | |  | |  | 14 |  |  | |  | |  | |  | **14** | oc | **2** | MODz |
| Sztuka negocjowania |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MOPr |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo radiowe |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Gatunki dziennikarskie telewizyjne |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  perswazja i manipulacja |  |  | 28 | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **56** | e | **5** | MODz |
| Język obcy\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | | 60 | |  | **60** | e | **4** | MOPd |
| razem III semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **312** |  | **30** |  |
| IV | Historia mediów |  |  |  | | 28 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **4** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  autoprezentacja |  |  |  | |  | |  | 28 |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MODz |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo telewizyjne |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo internetowe |  |  |  | |  | | 28 |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **2** | MODz |
| Reklama w mediach |  |  |  | | 28 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | oc | **4** | MODz |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **168** | oc | **14** | MD, MR, MM |
| razem IV semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **308** |  | **30** |  |
|  | razem II rok: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **620** |  | **60** |  |
| III | V | Podstawy ekonomii |  |  | 28 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **28** | e | **3** | MOPd |
| Seminarium licencjackie\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | | 28 | |  | |  | **28** | oc | **4** | MOPr |
| Praktyki zawodowe\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | | 100 | **100** | oc | **4** | MOPr |
| Zajęcia ogólnouczelniane |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **30** | oc | **3** | MJ, ML, MK |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **168** | oc | **14** | MD, MR, MM |
| razem V semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **354** |  | **28** |  |
| VI | Seminarium licencjackie\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | | 28 | |  | |  | **28** | oc | **1** | MOPr |
| Praca licencjacka |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  |  | oc | **5** | MOPr |
| Egzamin licencjacki |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  |  | e | **2** | MOPr |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **196** | oc | **24** | MD, MR, MM |
| **razem VI semestr:** |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **224** |  | **32** |  |
|  |  | **razem III rok:** |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **578** |  | **60** |  |
|  |  | **RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW:** | **godzin\*:** | | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **1878** | **p. ECTS:** | **180** |  |

**Specjalizacja: Dziennikarstwo i krytyka medialna**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | | **Forma**  **zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck2** | **Razem** | |
| IV | Analiza rynku prasowego |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDAn |
| IV | Styl wypowiedzi w mediach |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDKr |
| IV | Arcydzieła dziennikarstwa publicystycznego |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDKr |
| IV | Gramatyka słuchowiska i reportażu radiowego |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDAn |
| IV | Radio informacyjne i artystyczne |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDKr |
| IV | Dziennikarstwo polskie do początku XX wieku |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDKr |
| V | Klasyka słuchowiska i reportażu radiowego |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDKr |
| V | Organizacja pracy w redakcji prasowej i internetowej |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Organizacja pracy w redakcji radiowej i telewizyjnej |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Warsztat prezentera radiowego i telewizyjnego |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Sposoby promocji i analiza zawartości prasy |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDAn |
| V | Analiza zawartości mediów - radio i telewizja |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDAn |
| VI | Zawód reporter radiowy i telewizyjny |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDWa |
| VI | Mass media a demokracja |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Krytyka prasowa, radiowa i telewizyjna |  | 28 |  | **28** | | oc | **2** | MDKr |
| VI | Współczesne życie kulturalne |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Polska szkoła reportażu literackiego i literatura w mediach |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Arcydzieła telewizyjnego reportażu |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Creative writing |  |  | 28 | **28** | | oc | **4** | MDWa |
|  |  |  |  | | | **532** |  | **52** |  |

**Specjalizacja: Reklama, design i komunikacja wizualna**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | **Forma**  **zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck2** | **Razem** |
| IV | Struktury wizualne - analiza |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPo |
| IV | Struktury wizualne - psychofizjologia widzenia |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRPo |
| IV | Projektowanie reklamy - semiotyka produktu |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPr |
| IV | Projektowanie reklamy - copywriting |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPr |
| IV | Estetyka komunikacji |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPo |
| IV | Projektowanie reklamy - obraz w reklamie |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - design produktu |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRKw |
| V | Projektowanie reklamy - projektowanie narracji |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - typografia: projektowanie |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| V | Projektowanie reklamy - psychologia reklamy |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - język filmu |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRKw |
| V | Komunikacja wizualna - style i trendy |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - fotografia |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - makieta publikacji poligraficznej |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - małe formy graficzne |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - strona internetowa |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - planowanie przestrzeni |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Modele dyskursu intermedialnego |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPo |
| VI | Projektowanie reklamy - spot reklamowy (organizacja produkcji) |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRPr |
|  |  |  |  | | **532** |  | **52** |  |

**Specjalizacja: Research medialny**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | | **Forma**  **zaliczenia (oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck2** | | **Razem** |
| IV | Projektowanie stron internetowych |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| IV | Obsługa programów Word i Excel |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| IV | Audyt komunikacyjny |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMRe |
| IV | Cyfrowa sfera publiczna |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMRe |
| IV | Sukces i porażka w interakcji społecznej |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMRe |
| IV | Społeczne i komercyjne kampanie reklamowe |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMRe |
| V | Projekt - od pomysłu do raportu |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMRe |
| V | Team work |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| V | Szkoła debatowania |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| V | Strategie komunikowania publicznego |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMRe |
| V | Warsztaty kreatywnego pisania |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| V | Edycja tekstów dziennikarskich |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| VI | Grafika komputerowa |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMWa |
| VI | Ikonosfera internetu |  | 28 |  | | **28** | oc | **2** | MMRe |
| VI | Komunikacja nowomedialna |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMRe |
| VI | Fotografia socjologiczna - warsztaty |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMWa |
| VI | Warsztaty netnograficzne |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMWa |
| VI | PR |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMRe |
| VI | Profesja rzecznika prasowego |  |  | 28 | | **28** | oc | **4** | MMRe |
|  |  |  |  | |  | **532** |  | **52** |  |

**Studia niestacjonarne** rok akad. 2019/2020

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rok** | **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **Moduły** |
| **Kod** | **Liczba godzin** | | | | | | | | | | | | | | | | **Forma zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **w1** | **w2** | | **w3** | | **ck1** | **ck2** | **ck3** | **cw** | | **s** | | **lj** | | **pr** | **Razem** |
| **I** | I | Podstawy filozofii |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **2** | MOPd |
| Podstawy socjologii |  |  | 9 | |  | |  |  | 9 |  | |  | |  | |  | **18** | e | **3** | MOPd |
| Podstawy prawa |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **2** | MOPd |
| Wstęp do mediologii |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **2** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  wprowadzenie |  |  |  | | 18 | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **36** | e | **6** | MODz |
| Współczesne systemy polityczne |  |  |  | | 18 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MOPd |
| Kultura języka |  |  |  | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **4** | MOPd |
| Gatunki dziennikarskie prasowe |  |  |  | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **4** | MODz |
| Dykcja i emisja głosu |  |  |  | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **4** | MOPr |
|  | razem I semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **180** |  | **30** |  |
| II | Historia Polski XX i XXI wieku |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **2** | MOPd |
| Podstawy public relations |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **3** | MOPd |
| Retoryka dziennikarska |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **2** | MODz |
| Polski system medialny |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **2** | MODz |
| Komunikacja społeczna |  |  |  | | 18 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MOPd |
| Sztuka pisania |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MOPr |
| Komputer w pracy dziennikarza i PR-owca |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MOPr |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo prasowe |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Gatunki dziennikarskie radiowe |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  argumentacja w komunikacji  społecznej |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Język obcy\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **60** | oc | **3** | MOPd |
|  | razem II semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **240** |  | **30** |  |
|  | razem I rok: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **420** |  | **60** |  |
| **II** | III | Systemy medialne na świecie |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **2** | MODz |
| Prawo mediów |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **2** | MODz |
| Etyka dziennikarska |  |  | 18 | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **2** | MODz |
| Dziennikarskie źródła informacji |  |  |  | |  | |  |  | 9 |  | |  | |  | |  | **9** | oc | **2** | MODz |
| Gatunki internetowe |  |  |  | |  | |  |  | 9 |  | |  | |  | |  | **9** | oc | **2** | MODz |
| Sztuka negocjowania |  |  |  | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **4** | MOPr |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo radiowe |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Gatunki dziennikarskie telewizyjne |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  perswazja i manipulacja |  |  | 18 | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **36** | e | **6** | MODz |
| Język obcy\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | | 60 | |  | **60** | e | **4** | MOPd |
|  | razem III semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **222** |  | **30** |  |
| IV | Historia mediów |  |  |  | | 18 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **3** | MODz |
| Nauka o komunikowaniu –  autoprezentacja |  |  |  | |  | |  |  | 18 |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **4** | MODz |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo telewizyjne |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Podstawy warsztatu dziennikarskiego - dziennikarstwo internetowe |  |  |  | |  | |  | 18 |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Reklama w mediach |  |  |  | | 18 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | oc | **3** | MODz |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **108** | oc | **14** | MD, MR, MM |
|  | razem IV semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **198** |  | **30** |  |
|  | razem II rok: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **420** |  | **60** |  |
| III | V | Podstawy ekonomii |  |  |  | | 18 | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **18** | e | **3** | MOPd |
| Seminarium licencjackie\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | | 18 | |  | |  | **18** | oc | **9** | MOPr |
| Praktyki zawodowe\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | | 60 | **60** | oc | **2** | MOPr |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **108** | oc | **14** | MD, MR, MM |
|  | razem V semestr: |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **204** |  | **28** |  |
|  | Seminarium licencjackie\* |  |  |  | |  | |  |  |  |  | | 18 | |  | |  | **18** | oc | **1** | MOPr |
| Praca licencjacka |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  |  | oc | **5** | MOPr |
| Egzamin licencjacki |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  |  | e | **2** | MOPr |
| Specjalizacja zawodowa |  |  |  | |  | |  |  |  |  | |  | |  | |  | **126** | oc | **24** | MD, MR, MM |
|  | **razem VI semestr:** |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **124** |  | **32** |  |
|  |  | **razem III rok:** |  |  | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **348** |  | **60** |  |
|  |  | **RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW:** | **godzin\*:** | | |  | |  |  |  |  |  |  | |  | |  | | **1188** | **p. ECTS:** | **180** |  |

**Specjalizacja: Dziennikarstwo i krytyka medialna**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | | **Forma**  **zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck3** | **Razem** | |
| IV | Analiza rynku prasowego |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDAn |
| IV | Styl wypowiedzi w mediach |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDKr |
| IV | Arcydzieła dziennikarstwa publicystycznego |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDKr |
| IV | Gramatyka słuchowiska i reportażu radiowego |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDAn |
| IV | Radio informacyjne i artystyczne |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDKr |
| IV | Dziennikarstwo polskie do początku XX wieku |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDKr |
| V | Klasyka słuchowiska i reportażu radiowego |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDKr |
| V | Organizacja pracy w redakcji prasowej i internetowej |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Organizacja pracy w redakcji radiowej i telewizyjnej |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Warsztat prezentera radiowego i telewizyjnego |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDWa |
| V | Sposoby promocji i analiza zawartości prasy |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDAn |
| V | Analiza zawartości mediów - radio i telewizja |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDAn |
| VI | Zawód reporter radiowy i telewizyjny |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDWa |
| VI | Mass media a demokracja |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Krytyka prasowa, radiowa i telewizyjna |  | 18 |  | **18** | | oc | **2** | MDKr |
| VI | Współczesne życie kulturalne |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Polska szkoła reportażu literackiego i literatura w mediach |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Arcydzieła telewizyjnego reportażu |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDKr |
| VI | Creative writing |  |  | 18 | **18** | | oc | **4** | MDWa |
|  |  |  |  | | | **342** |  | **52** |  |

**Specjalizacja: Reklama, design i komunikacja wizualna**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | **Forma**  **zaliczenia**  **(oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck3** | **Razem** |
| IV | Struktury wizualne - analiza |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPo |
| IV | Struktury wizualne - psychofizjologia widzenia |  |  | 18 | **18** | oc | **4** | MRPo |
| IV | Projektowanie reklamy - semiotyka produktu |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPr |
| IV | Projektowanie reklamy - copywriting |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPr |
| IV | Estetyka komunikacji |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPo |
| IV | Projektowanie reklamy - obraz w reklamie |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - design produktu |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRKw |
| V | Projektowanie reklamy - projektowanie narracji |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - typografia: projektowanie |  |  | 18 | **18** | oc | **4** | MRKw |
| V | Projektowanie reklamy - psychologia reklamy |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRPr |
| V | Komunikacja wizualna - język filmu |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRKw |
| V | Komunikacja wizualna - style i trendy |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - fotografia |  |  | 18 | **18** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - makieta publikacji poligraficznej |  | 18 |  | **18** | oc | **2** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - małe formy graficzne |  |  | 18 | **18** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - strona internetowa |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Komunikacja wizualna - planowanie przestrzeni |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRKw |
| VI | Modele dyskursu intermedialnego |  | 28 |  | **28** | oc | **2** | MRPo |
| VI | Projektowanie reklamy - spot reklamowy (organizacja produkcji) |  |  | 28 | **28** | oc | **4** | MRPr |
|  |  |  |  | | **352** |  | **52** |  |

**Specjalizacja: Research medialny**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Semestr** | **Przedmiot** | **Szczegóły przedmiotu** | | | | | | | | **Moduły** |
| **KOD** | **Liczba godzin** | | | | | **Forma**  **zaliczenia (oc / e)** | **ECTS** |
| **ck1** | **ck3** | | **Razem** | |
| IV | Projektowanie stron internetowych |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| IV | Obsługa programów Word i Excel |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| IV | Audyt komunikacyjny |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMRe |
| IV | Cyfrowa sfera publiczna |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMRe |
| IV | Sukces i porażka w interakcji społecznej |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMRe |
| IV | Społeczne i komercyjne kampanie reklamowe |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMRe |
| V | Projekt - od pomysłu do raportu |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMRe |
| V | Team work |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| V | Szkoła debatowania |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| V | Strategie komunikowania publicznego |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMRe |
| V | Warsztaty kreatywnego pisania |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| V | Edycja tekstów dziennikarskich |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| VI | Grafika komputerowa |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMWa |
| VI | Ikonosfera internetu |  | 18 |  | | **18** | | oc | **2** | MMRe |
| VI | Komunikacja nowomedialna |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMRe |
| VI | Fotografia socjologiczna - warsztaty |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMWa |
| VI | Warsztaty netnograficzne |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMWa |
| VI | PR |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMRe |
| VI | Profesja rzecznika prasowego |  |  | 18 | | **18** | | oc | **4** | MMRe |
|  |  |  |  | |  | | **342** |  | **52** |  |

W 1 semestrze do zaliczenia kurs BHP, szkolenie biblioteczne, kurs ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego

\* Lektorat z języka obcego oraz seminarium licencjackie to przedmioty z grupy zajęć do wyboru

\* Zaliczenie praktyk zawodowych student uzyskuje na zakończenie semestru VI

**Skróty**

w1, w2, w3: wykład, nakład pracy studenta 1,2,3 (wprowadzający, kursowy, monograficzny)

ck1, ck2, ck3: ćwiczenia konwersatoryjne nakład pracy studenta 1,2,3

cw: ćwiczenia

cm: ćwiczenia metodyczne

p1, p2: proseminarium, nakład pracy studenta 1,2

s: seminarium

l: laboratorium

lj: lektorat języka

wr.: warsztaty

pr: praktyki

pow: praktyki opiekuńczo-wychowawcze

prp: praktyki pedagogiczne

t: translatorium

r: repetytorium

zs: zajęcia specjalistyczne

e-l: e-learning

WF

**Skróty modułów**

MOPd: moduł ogólny podstawowy

MODz: moduł ogólny dziennikarstwo

MOPr: moduł ogólny praktyka

MD: moduł dziennikarski

MR: moduł reklamowy

MM: moduł medialny

MDKr: moduł dziennikarski krytyka

MDAn: moduł dziennikarski analiza

MDWa: moduł dziennikarski warsztat

MRPo: moduł reklamowy podstawowy

MRPr: moduł reklamowy projektowanie

MRKw: moduł reklamowy komunikacja wizualna

MMRe: moduł medialny research

MMWa: moduł medialny warsztat

1. **Bilans punktów ECTS wraz ze wskaźnikami charakteryzującymi program studiów**

W zależności od specjalizacji (Dziennikarstwo i krytyka medialna; Reklama, design i komunikacja wizualna; Research medialny) bilans punktów ECTS jest różny.

**Studia stacjonarne**

1. liczba punktów, jaką student musi zdobyć w ciągu 6 semestrów, aby uzyskać kwalifikacje właściwe dla kierunku: 180 pkt ECTS;
2. łączna liczba punków ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych:

przedmioty siatki podstawowej – 75 pkt ECTS, przedmioty specjalizacji – 32 pkt ECTS;

1. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształcących umiejętności praktyczne:

przedmioty siatki podstawowej – 60 pkt ECTS, przedmioty specjalizacji – 17,5–30 pkt ECTS;

1. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać, realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów, o ile program studiów je przewiduje: 3 pkt ECTS;
2. łączna liczba punktów ECST, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych

przedmioty siatki podstawowej: nauki humanistyczne – 92 pkt ECTS, nauki społeczne – 32 pkt ECTS;

przedmioty specjalizacji: nauki humanistyczne – 31–45 pkt ECTS, nauki społeczne – 7–21 pkt ECTS.

**Studia niestacjonarne**

1. liczba punktów, jaką student musi zdobyć w ciągu 6 semestrów, aby uzyskać kwalifikacje właściwe dla kierunku: 180 pkt ECTS;
2. łączna liczba punków ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych

przedmioty siatki podstawowej – 89,5 pkt ECTS, przedmioty specjalizacji – 32 pkt ECTS;

1. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształcących umiejętności praktyczne

przedmioty siatki podstawowej – 64 pkt ECTS, przedmioty specjalizacji – 32 pkt ECTS;

1. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać, realizując moduły kształcenia w zakresie w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów, o ile program studiów je przewiduje: 0 pkt ECTS;
2. łączna liczba punktów ECST, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych

przedmioty siatki podstawowej: nauki humanistyczne – 95 pkt ECTS, nauki społeczne – 31 pkt ECTS,

przedmioty specjalizacji: nauki humanistyczne – 31–45 pkt ECTS, nauki społeczne – 7–21 pkt ECTS.

1. **Opis poszczególnych przedmiotów**

Dokument w załączeniu.

1. **Relacje między efektami kierunkowymi a efektami zdefiniowanymi dla poszczególnych modułów zajęć**

Zajęcia lub grupy zajęć wraz z przypisaniem do każdego modułu efektów uczenia się oraz liczby punktów ECTS.

**Studia stacjonarne i niestacjonarne** (rok akad. 2019/2020)

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Moduł** | **Symbol** | **Przedmioty** | **Efekty**  **kształcenia** | **Punkty ECTS**  **stac./niestac.** |
| **MODUŁ OGÓLNY** | **MO** |  |  | **129 / 128** |
| **Ogólny**  **podstawowy** | **MOPd** | Historia Polski XX i XXI wieku  Język obcy  Komunikacja społeczna  Kultura języka  Podstawy ekonomii  Podstawy filozofii  Podstawy prawa  Podstawy public relations  Podstawy socjologii  Współczesne systemy polityczne | 01D-1A\_W02  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W07  01D-1A\_U01  01D-1A\_U02  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_U07  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K06 | **33 / 32** |
| **Ogólny**  **dziennikarstwo** | **MODz** | Dziennikarskie źródła informacji  Etyka dziennikarska  Gatunki dziennikarskie prasowe  Gatunki dziennikarskie radiowe  Gatunki dziennikarskie telewizyjne  Gatunki internetowe  Historia mediów  Nauka o komunikowaniu – argumentacja w komunikacji społecznej  Nauka o komunikowaniu – autoprezentacja  Nauka o komunikowaniu – perswazja i manipulacja  Nauka o komunikowaniu – wprowadzenie  Podstawy warsztatu dziennikarskiego – dziennikarstwo internetowe  Podstawy warsztatu dziennikarskiego – dziennikarstwo prasowe  Podstawy warsztatu dziennikarskiego – dziennikarstwo radiowe  Podstawy warsztatu dziennikarskiego – dziennikarstwo telewizyjne  Polski system medialny  Prawo mediów  Reklama w mediach  Retoryka dziennikarska  Systemy medialne na świecie  Wstęp do mediologii | 01D-1A\_W02  01D-1A\_W03  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_W07  01D-1A\_U01  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K06  01D-1A\_K07 | **62 / 63** |
| **Ogólny**  **praktyka** | **MOPr** | Dykcja i emisja głosu  Komputer w pracy dziennikarza i PR-owca  Egzamin licencjacki  Praca licencjacka  Praktyki zawodowe  Seminarium licencjackie  Sztuka negocjowania  Sztuka pisania | 01D-1A\_W01  01D-1A\_W02  01D-1A\_W03  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_W07  01D-1A\_U01  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K06  01D-1A\_K07 | **33 / 33** |
|  |  |  |  |  |
|  | **MJ, ML, MK** | Zajęcia ogólnouczelniane |  | **3 / -** |
| **MODUŁ**  **DZIENNIKARSKI** | **MD** |  |  | **52 / 52** |
| **Dziennikarski**  **krytyka** | **MDKr** | Arcydzieła dziennikarstwa publicystycznego  Arcydzieła telewizyjnego reportażu  Dziennikarstwo polskie do początku XX wieku  Klasyka słuchowiska i reportażu radiowego  Krytyka prasowa, radiowa i telewizyjna  Mass media a demokracja  Polska szkoła reportażu literackiego i literatura w mediach  Radio informacyjne i artystyczne  Styl wypowiedzi w mediach  Współczesne życie kulturalne | 01D-1A\_W01  01D-1A\_W02  01D-1A\_W03  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K07 | **30 / 30** |
| **Dziennikarski**  **analiza** | **MDAn** | Analiza rynku prasowego  Analiza zawartości mediów – radio i telewizja  Gramatyka słuchowiska i reportażu radiowego  Sposoby promocji i analiza zawartości prasy | 01D-1A\_W03  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_U01  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04 | **10 / 10** |
| **Dziennikarski**  **warsztat** | **MDWa** | Creative writing  Organizacja pracy w redakcji prasowej i internetowej  Organizacja pracy w redakcji radiowej i telewizyjnej  Warsztat prezentera radiowego i telewizyjnego  Zawód reporter radiowy i telewizyjny | 01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_W07  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K06  01D-1A\_K07 | **12 / 12** |
| **MODUŁ**  **REKLAMOWY** | **MR** |  |  | **54 / 54** |
| **Reklamowy**  **podstawowy** | **MRPo** | Estetyka komunikacji  Modele dyskursu intermedialnego  Struktury wizualne – analiza  Struktury wizualne – psychofizjologia widzenia | 01D-1A\_W01  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_U01  01D-1A\_U02  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K05  01D-1A\_K07 | **10** |
| **Reklamowy**  **projektowanie** | **MRPr** | Projektowanie reklamy – copywriting  Projektowanie reklamy – obraz w reklamie  Projektowanie reklamy – projektowanie narracji  Projektowanie reklamy – psychologia reklamy  Projektowanie reklamy – semiotyka produktu  Projektowanie reklamy – spot reklamowy (organizacja produkcji) | 01D-1A\_W04  01D-1A\_W06  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_K05 | **16 / 16** |
| **Reklamowy**  **komunikacja wizualna** | **MRKw** | Komunikacja wizualna – design produktu  Komunikacja wizualna – fotografia  Komunikacja wizualna – język filmu  Komunikacja wizualna – makieta publikacji poligraficznej  Komunikacja wizualna – małe formy graficzne  Komunikacja wizualna – planowanie przestrzeni  Komunikacja wizualna – strona internetowa  Komunikacja wizualna – style i trendy  Komunikacja wizualna – typografia: projektowanie | 01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K07 | **28 / 28** |
| **MODUŁ**  **MEDIALNY** | **MM** |  |  | **52 / 52** |
| **Medialny**  **research** | **MMRe** | Audyt komunikacyjny  Cyfrowa sfera publiczna  Ikonosfera internetu  Komunikacja nowomedialna  PR  Profesja rzecznika prasowego  Projekt – od pomysłu do raportu  Społeczne i komercyjne kampanie reklamowe  Strategie komunikowania publicznego  Sukces i porażka w interakcji społecznej | 01D-1A\_W01  01D-1A\_W02  01D-1A\_W03  01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_W07  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U06  01D-1A\_U05  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K06  01D-1A\_K07 | **30 / 30** |
| **Medialny**  **warsztat** | **MMWa** | Edycja tekstów dziennikarskich  Fotografia socjologiczna – warsztaty  Grafika komputerowa  Obsługa programów Word i Excel  Projektowanie stron internetowych  Szkoła debatowania  Team work  Warsztaty kreatywnego pisania  Warsztaty netnograficzne | 01D-1A\_W04  01D-1A\_W05  01D-1A\_W06  01D-1A\_W07  01D-1A\_U02  01D-1A\_U03  01D-1A\_U04  01D-1A\_U05  01D-1A\_U06  01D-1A\_K01  01D-1A\_K02  01D-1A\_K03  01D-1A\_K04  01D-1A\_K05  01D-1A\_K06  01D-1A\_K07 | **22 / 22** |

**Skróty modułów**

MO – moduł ogólny

MOPd – moduł ogólny podstawowy

MODz – moduł ogólny dziennikarstwo

MOPr – moduł ogólny praktyka

MD – moduł dziennikarski

MDKr – moduł dziennikarski krytyka

MDAn – moduł dziennikarski analiza

MDWa – moduł dziennikarski warsztat

MR – moduł reklamowy

MRPo – moduł reklamowy podstawowy

MRPr – moduł reklamowy projektowanie

MRKw – moduł reklamowy komunikacja wizualna

MM – moduł medialny

MMRe – moduł medialny research

MMWa – moduł medialny warsztat

MJ – moduł językoznawczy

ML – moduł literaturoznawczy

MK – moduł kulturoznawczy

1. **Sposób weryfikacji zakładanych efektów uczenia się osiąganych przez studenta**

Szczegółowe sposoby weryfikacji efektów uczenia się podane są w sylabusach poszczególnych przedmiotów. Obok tradycyjnych sposobów weryfikacji zakładanych efektów uczenia się, takich jak: egzamin pisemny i ustny, kolokwium pisemne i ustne, prezentacja, referat, praca pisemna, stosowane są sposoby weryfikacji typowe dla kształcenia na kierunku: projekt (indywidualny lub grupowy), stworzenie pracy dziennikarskiej (wywiad, określony rodzaj pisemnej pracy publicystycznej, audycja radiowa itd.), uzyskanie informacji na określony temat – zgodnie z zasadami etyki dziennikarskiej itd.

1. **Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych**

Praktyki zawodowe stanowią integralną część kształcenia ujętego w planie studiów na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* i przygotowują do zawodu związanego z kierunkiem studiów.

Podstawowym celem praktyk jest zdobycie praktycznych doświadczeń zawodowych oraz doskonalenie wiedzy i umiejętności zdobytych w czasie studiów na zajęciach teoretycznych i warsztatowych, takich jak: organizacja i technologia pracy redaktora prasowego, telewizyjnego, radiowego, internetowego; wiedza o formach przekazu dziennikarskiego (zbieranie i opracowywanie materiałów dziennikarskich); rola i funkcjonowanie stron internetowych redakcji i/lub działu kontaktu z czytelnikami (słuchaczami, widzami); medialne zarządzanie informacją i korzystanie z komputera oraz Internetu w pracy redakcji i dziennikarza; funkcjonowanie redakcji jako miejsca przyszłej pracy zawodowej; metody i techniki komunikowania się w organizacjach gospodarczych, politycznych i społecznych; metody i techniki skutecznych działań reklamowych i promocyjnych; tworzenie materiałów informacyjnych i promocyjnych; działania public relations w komunikacji marketingowej; funkcjonowanie działów reklamy, marketingu, public relations w strukturze organizacji i firm.

Celem praktyk jest również doskonalenie umiejętności organizacji pracy własnej i zespołowej, efektywnego zarządzania czasem, odpowiedzialności za wykonywane zadania oraz podejmowane decyzje.

Zakładane efekty odbycia praktyk umożliwią lepszą orientację w środowisku pracy, wymaganiach pracodawców oraz warunkach zatrudnienia. Praktykanci mają także szansę ocenienia własnych możliwości funkcjonowania w zawodzie dziennikarskim oraz innych zawodach związanych z mediami, a także skontrolowania dotychczas przyswojonej wiedzy oraz wykształconych umiejętności. Odbycie praktyk umożliwia także większą aktywizację zawodową studentów poprzez nawiązanie kontaktów z osobami już funkcjonującymi w interesujących ich branżach.

Miejscem odbywania praktyk mogą być:

a) redakcje prasowe, radiowe i telewizyjne oraz portale internetowe;

b) firmy monitorujące media;

c) biura rzeczników urzędów administracji publicznej, firm i przedsiębiorstw;

d) agencje reklamowe, agencje namingowo-brandingowe, domy mediowe;

e) działy promocji jednostek urzędowych administracji publicznej;

f) działy reklamy, marketingu, public relations firm i przedsiębiorstw;

g) instytucje kultury;

h) think-thanki i organizacje trzeciego sektora;

i) instytucje i pracownie badań społecznych.

Wyboru miejsca odbywania praktyk student dokonuje indywidualnie, powinno ono jednak spełniać wymogi określone celami praktyk i wymaga akceptacji przez opiekuna praktyk.

Na praktyki student udaje się po dokonaniu wyboru specjalizacji. W zakresie specjalizacji Dziennikarstwo i krytyka medialna praktyki powinny odbyć się w miejscu określonym w p. a, b, c lub e; w zakresie specjalizacji Reklama, design i komunikacja wizualna – w miejscu określonym w p. b–f; w zakresie specjalizacji Research medialny – w miejscu określonym w p. a–e lub g–i.

Przed rozpoczęciem odbywania praktyk student powinien odebrać z sekretariatu Katedry Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej niezbędne dokumenty, w tym skierowanie na praktyki oraz dziennik praktyk. W trakcie odbywania praktyk student przedstawia w dzienniku praktyk ich przebieg z uwzględnieniem dat i godzin ich odbywania oraz wykonywanych zadań, a po ich zakończeniu przedstawia własną opinię o ich przebiegu.

Studenci realizują praktyki w systemie ciągłym między drugim a piątym semestrem studiów; zaliczenie praktyk następuje po szóstym semestrze.

**Wymiar godzinowy praktyk**

studia stacjonarne – 120 godzin, 4 pkt ECTS;

studia niestacjonarne – 60 godzin, 2 pkt ECTS.

Po zakończeniu odbywania praktyk opiekun merytoryczny wyznaczony przez osobę reprezentującą instytucję, w której odbywana jest praktyka, wpisuje do dziennika krótką opinię na temat działalności studenta, oceniającą w skali od 2 do 5 jego predyspozycje zawodowe, przygotowanie teoretyczne do wykonywanej pracy, umiejętność wykorzystania w praktyce wiedzy nabytej w trakcie studiów i odbywanych praktyk. W przypadku wystawienia przez opiekuna merytorycznego oceny niedostatecznej student powinien powtórzyć praktyki. Ocena opiekuna merytorycznego stanowi podstawę zaliczenia praktyk przez opiekuna praktyk zawodowych.

Opiekun praktyk corocznie monitoruje opinie o odbytych praktykach, przeprowadzając rozmowy ze studentami.

Zwolnienie z odbywania praktyk może nastąpić jedynie w przypadku udokumentowania przez studenta swojej współpracy z wymienionymi wyżej instytucjami w wymiarze czasowym zgodnym z wymaganiami programu studiów i pod warunkiem zgodności zakresu obowiązków z wybraną specjalizacją.

1. **Zajęcia przygotowujące studenta do prowadzenia badań naukowych**

Wszystkie wykłady, wybrane ćwiczenia konwersatoryjne (Gatunki dziennikarskie prasowe, radiowe, telewizyjne, internetowe; Nauka o komunikowaniu – wprowadzenie; Nauka o komunikowaniu – argumentacja w komunikacji społecznej; Nauka o komunikowaniu – perswazja i manipulacja; Nauka o komunikowaniu – autoprezentacja; Podstawy public relations; Podstawy socjologii), język obcy oraz seminarium licencjackie i praca dyplomowa.

studia stacjonarne – 91 pkt ECTS, 50,1%;

studia niestacjonarne – 92 pkt ECTS, 51,1%.

1. **Wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych, w tym szkolenia BHP oraz szkolenia z zakresu własności intelektualnej i prawa autorskiego**

Wszystkie szkolenia odbywają się *on line* (https://moodle.uni.lodz.pl)

* *Szkolenie BHP w Uniwersytecie Łódzkim* – 5 godzin;
* *Przysposobienie biblioteczne* – 2 godziny;
* *Szkolenie z przedmiotu Prawo autorskie* – 10 godzin.