



**Opis programu studiów dla kierunku**  
***dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji***  
**studia I stopnia o profilu ogólnoakademickim**

---

**1. Nazwa kierunku:** dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji.

**2. Opis kierunku**

*Dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji* jako kierunek studiów stanowi odpowiedź na dynamiczną ewolucję procesów komunikowania we współczesnym świecie oraz na potrzebę nowoczesnej działalności naukowej i dydaktycznej w szkołach wyższych. Jego najważniejszym celem jest przygotowanie przyszłych absolwentów do funkcjonowania w świecie mediów, przekazów, a także stale zmieniających się form i narzędzi komunikowania. Studia obejmują zdobywanie wiedzy ogólnej i specjalistycznej z wybranych zakresów czterech dyscyplin naukowych (nauki humanistyczne: nauki o kulturze i religii, językoznawstwo, literaturoznawstwo; nauki społeczne: nauki o komunikacji społecznej i mediach) oraz kształcenie umiejętności praktycznych opartych na rozumieniu, interpretowaniu i kompetentnej ocenie zjawisk zachodzących w życiu publicznym. Pozwalają na łączenie perspektywy humanistycznej, akcentującej jednostkowy i wspólnotowy wymiar komunikowania, oraz kulturowo-społecznej, skoncentrowanej na procesach długofalowych, kształtujących zbiorowości ludzkie.

Kierunek oferuje zajęcia prowadzone przez badaczy specjalizujących się w problematyce masowego informowania, kształtowania opinii publicznej, działalności instytucji medialnych oraz procesów i form komunikowania, a także przez doświadczonych dziennikarzy, pracowników działów public relations oraz agencji reklamowych, którzy prowadzą zajęcia warsztatowe.

Kierunek proponuje studentom do wyboru specjalności: „Dziennikarstwo” oraz „Reklama, design i komunikacja wizualna”.

Szczególne znaczenie ma aktywizacja studentów oraz tworzenie im możliwości zorientowania się we własnych predyspozycjach co do przyszłej działalności zawodowej. Studenci mogą współpracować przy tworzeniu audycji radiowych na antenie Polskiego Radia Łódź „Uniwersytet Łódzki na fali”, współtworzyć projekty internetowe, uczestniczyć w działalności kół naukowych, a także wyjeżdżać do zagranicznych uczelni w celu kształcenia się i odbywania praktyk.

**3. Poziom studiów:** studia I stopnia (licencjackie) – 6 semestrów, 180 pkt ECTS.

**4. Profil studiów:** ogólnoakademicki.

**5. Forma studiów:** stacjonarne.

**6. Zasadnicze cele kształcenia** w tym nabywane przez absolwenta kwalifikacje:

a) przekazanie wiedzy teoretycznej z zakresu wybranych dziedzin i dyscyplin naukowych: nauk o kulturze i religii (dyscyplina wiodąca), nauk o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwa,

- a także w wybranych aspektach nauk o sztuce, literaturoznawstwa, nauk prawnych, nauk o polityce i administracji, historii, psychologii (dyscypliny uzupełniające);
- b) przekazanie wiedzy na temat mediów masowych, procesów komunikowania interpersonalnego, społecznego i międzykulturowego oraz ról uczestników tych procesów;
  - c) zaznajomienie ze specyfiką różnicowania tekstów kultury przekazywanych za pośrednictwem wielu mediów (prasa, radio, telewizja, książka, film, fotografia, Internet, reklama, przekazy wizualne) – w wybranych aspektach;
  - d) wykształcenie umiejętności w zakresie rozpoznawania i samodzielnego interpretowania faktów, wydarzeń oraz procesów zachodzących we współczesnej kulturze, zarówno w odniesieniu do ich zasięgu (lokalne, globalne), jak specyfiki ich zawartości (polityczne, społeczne, ekonomiczne, artystyczne itd.);
  - e) kształcenie umiejętności świadomego stosowania mechanizmów komunikacyjnych właściwych współczesnej kulturze z orientacją na osiągnięcie wyznaczonego celu komunikacyjnego i przy uwzględnieniu preferencji zaprojektowanego odbiorcy;
  - f) wykształcenie umiejętności w zakresie tworzenia i rozpowszechniania przy pomocy mediów różnych typów przekazów, z zachowaniem reguł wynikających z etyki i warsztatu zawodów medialnych oraz wykorzystaniem technologii informacyjnych i komunikacyjnych;
  - g) wykształcenie umiejętności prezentowania treści za pomocą kodów komunikacji wizualnej i językowej w różnych przestrzeniach komunikacyjnych;
  - h) wykształcenie umiejętności w zakresie rozumienia i używania pojęć, terminów i definicji z zakresu dyscypliny wiodącej oraz dyscyplin uzupełniających w celu komunikowania się z otoczeniem oraz samodzielnego uczenia się;
  - i) kształcenie umiejętności językowych w zakresie dyscyplin naukowych właściwych dla studiowanego kierunku;
  - j) kształcenie umiejętności krytycznego myślenia, łączenia faktów, wnioskowania, argumentowania i autoprezentacji na potrzeby dyskusji, pracy w zespole i sprawnego komunikowania się z ludźmi;
  - k) kształcenie świadomości właściwych wzorów postępowania, priorytetów, zasad etycznych i reguł warsztatu zawodów związanych z działalnością medialną;
  - l) 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:

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

**7. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:** licencjat.

**8. Możliwości zatrudnienia i kontynuacji kształcenia przez absolwenta**

Absolwent kierunku może znaleźć zatrudnienie:

- w redakcjach mediów tradycyjnych ogólnych i specjalistycznych, lokalnych oraz ogólnokrajowych (jako początkujący dziennikarz lub reporter);
- w redakcjach mediów internetowych ogólnych i specjalistycznych;
- w agencjach brandingowych i reklamowych;
- w organizacjach dowolnego typu w zakresie internal i public relations;
- w projektach zorientowanych na organizację wydarzeń kulturalnych, sportowych i innych oraz ich obsługę informacyjną;
- w różnych obszarach rynku pracy jako specjalista ds. projektowania stron internetowych i komunikacji wizerunkowej.

**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.

216690 pozostali projektanci grafiki i multimediiów,

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 stopniu magisterskim na kierunkach, których wymagania wstępne przewidują kompetencje zdobyte na I stopniu *dziennikarstwa, mediów i projektowania komunikacji*. 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 w UŁ oraz innych uczelniach.

#### 9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata

Wymagania wstępne wobec kandydatów na studia I stopnia obejmują wiedzę, sprawności i kompetencje w zakresie: znajomości literatury polskiej oraz gramatyki języka polskiego, podstawowej orientacji w polskim życiu kulturalnym; podstawowej orientacji w polskim rynku medialnym; podstawowej znajomości historii powszechnej; umiejętności komunikacyjnych (w tym dobrej dykcji oraz umiejętności tworzenia tekstów poprawnych pod względem stylistycznym i gramatycznym).

#### 10. 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, media i projektowanie komunikacji* odnoszą się do 2 dziedzin nauk i 9 dyscyplin, z których nauki o kulturze i religii są dyscypliną wiodącą, pozostałe są dyscyplinami uzupełniającymi:

**dziedzina nauk humanistycznych 73%** – nauki o kulturze i religii 54%; językoznawstwo 11%; literaturoznawstwo 2%; historia 1%; nauki o sztuce 5%;

**dziedzina nauk społecznych 27%** – nauki o komunikacji społecznej i mediach 24%; nauki o polityce i administracji 1%; nauki prawne 1%; psychologia 1%.

#### 11. 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 <i>dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji</i>	Odniesienie do składnika opisu charakterystyk I i II stopnia PRK
<b>Wiedza</b> – absolwent kierunku zna i rozumie:		
<b>01D-1A_W01</b>	w zaawansowanym stopniu teorii, metodologii, narzędzia badawcze i terminologię z zakresu nauk o kulturze i religii, a także z zakresu dyscyplin uzupełniających: nauk o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwa oraz w wybranych aspektach nauk o sztuce, literaturoznawstwa, nauk prawnych, nauk o polityce i administracji, historii, psychologii	P6U_W P6S_WG

<b>01D-1A_W02</b>	wybrane zagadnienia (fakty, zjawiska, procesy, postacie) oraz zależności między nimi stanowiące wiedzę ogólną z zakresu kultury, mediów, dziennikarstwa, komunikacji, języka i literatury	P6U_W P6S_WG
<b>01D-1A_W03</b>	wybrane zagadnienia (fakty, zjawiska, procesy, postacie) oraz zależności między nimi stanowiące wiedzę szczegółową z zakresu kultury, mediów, dziennikarstwa, komunikacji, języka i literatury w ujęciu synchronicznym i diachronicznym	P6U_W P6S_WG
<b>01D-1A_W04</b>	podstawowe uwarunkowania oraz skutki (ekonomiczne, prawne, polityczne, instytucjonalne, kulturowe, antropologiczne, filozoficzne, etyczne i estetyczne) różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	P6U_W P6S_WK
<b>01D-1A_W05</b>	najważniejsze dylematy związane z kreowaniem procesów kulturowych i tworzeniem tekstów kultury, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego	P6S_WK
<b>01D-1A_W06</b>	podstawowe zobowiązania społeczne oraz działania na rzecz interesu publicznego wynikające z wykonywania zawodu, do którego przygotowują studia na kierunku, oraz związane z nimi konsekwencje	P6S_WK
<b>01D-1A_W07</b>	podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego	P6S_WK
<b>Umiejętności – absolwent kierunku potrafi:</b>		
<b>01D-1A_U01</b>	wykorzystywać zdobytą wiedzę teoretyczną do formułowania i rozwiązywania kulturowych i komunikacyjnych problemów badawczych dzięki właściwemu doborowi źródeł informacji, ocenianiu, analizie i syntezie informacji, stosowaniu odpowiednio dobranych metod i narzędzi	P6U_U P6S_UW
<b>01D-1A_U02</b>	wykorzystywać zdobytą wiedzę teoretyczną do wykonywania zadań, takich jak identyfikowanie tekstów kultury, dokonywanie ich klasyfikacji, krytycznej analizy, interpretacji, określanie ich znaczenia, oddziaływania społecznego, ocenianie w różnych kontekstach	P6U_U P6S_UW
<b>01D-1A_U03</b>	tworzyć, redagować oraz korygować różnego typu teksty kultury, zgodnie z regułami genologii, uwarunkowaniami medialnymi oraz zasadami kultury języka	P6S_UK
<b>01D-1A_U04</b>	przygotowywać typowe wystąpienia ustne oraz prace pisemne w języku polskim z zakresu kultury, dziennikarstwa, mediów i projektowania komunikacji	P6S_UK
<b>01D-1A_U05</b>	używać specjalistycznej terminologii oraz posługiwać się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego do komunikowania się z otoczeniem, podczas rozwiązywania problemów i realizowania zadań wynikających z wykonywania zawodu oraz do porozumiewania się	P6U_U P6S_UK

	ze specjalistami w zakresie kultury, dziennikarstwa, mediów i komunikacji	
<b>01D-1A_U06</b>	uczestniczyć w dyskusjach i debatach, oceniać, wyrażać opinie, argumentować i kontrargumentować w oparciu o doświadczenie praktyczne i wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o kulturze i religii, a także dyscyplin uzupełniających (nauk o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwa, nauk o sztuce, literaturoznawstwa, nauk prawnych, nauk o polityce i administracji, historii, psychologii)	P6U_U P6S_UK
<b>01D-1A_U07</b>	planować oraz organizować pracę indywidualną i w zespole, a także współpracować w grupie w różnych rolach	P6S_UO
<b>01D-1A_U08</b>	planować oraz realizować własny rozwój i proces samokształcenia	P6U_U P6S_UU
<b>Kompetencje społeczne – absolwent kierunku jest gotów do:</b>		
<b>01D-1A_K01</b>	krytycznej oceny posiadanej wiedzy z zakresu kultury, dziennikarstwa, mediów i projektowania komunikacji oraz jej stałego weryfikowania z pomocą specjalistów	P6S_KK
<b>01D-1A_K02</b>	krytycznej oceny działalności własnej oraz zespołu, w którego pracach uczestniczy, podejmowania decyzji oraz ponoszenia za nie odpowiedzialności	P6U_K
<b>01D-1A_K03</b>	określenia priorytetów służących realizacji określonego przez siebie lub innych zadania oraz przyjmowania odpowiedzialności za skutki tych działań	P6U_K P6S_KK
<b>01D-1A_K04</b>	przejawiania inicjatywy związanej z poszukiwaniem i konstruowaniem informacji oraz rozwijaniem zdolności komunikacyjnych i przedsiębiorczości w wypełnianiu zobowiązań społecznych wynikających z aktywności zawodowej	P6U_KO
<b>01D-1A_K05</b>	upowszechniania wzorów właściwego postępowania, przestrzegania i obrony etyki zawodowej, dbałości o tradycję i etos zawodowy, prawidłowego identyfikowania oraz rozstrzygnięcia dylematów związanych z dziennikarstwem, mediami i projektowaniem komunikacji	P6U_K P6S_KR

## 12. 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

Siła oddziaływania procesów komunikacji społecznej i ich znaczenie w systemie społeczno-polityczno-ekonomicznym (zwłaszcza tych zapośredniczonych medialnie i w znacznym stopniu kształtowanych przez dziennikarzy) sprawiają, że ten obszar naukowy rozwija się dynamicznie i jest obiektem zainteresowania większości nowoczesnych uczelni. Projektowanie komunikacji to ważny trend w myśleniu o komunikowaniu publicznym, dostrzegalny zarówno w polskim, jak i europejskim świecie naukowym, a także odpowiadający na potrzeby biznesu. Ostateczny kształt programu studiów *dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji* jest rezultatem konsultacji ze studentami i absolwentami istniejącego w latach 2007–2021 kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* oraz wymienionymi w punkcie 8 pracodawcami. W wyniku tej współpracy pierwotny kształt programu studiów uległ daleko idącej modyfikacji i został przystosowany do aktualnych potrzeb rynku pracy.

Wydział Filologiczny prowadzi współpracę z firmami i instytucjami medialnymi w ramach kontaktów z Radą Biznesu i Pracodawców oraz z placówkami, które przyjmowały studentów kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* na praktyki. Z nieformalnych relacji studentów wynika, że dotychczasowy program kierunku oceniany był pozytywnie, ale jego wartość podniosłoby ściślejsze związanie nauczanej teorii z działaniami praktycznymi. Potencjalni pracodawcy oczekiwali, że nabywane kompetencje, szczególnie w zakresie wiedzy o zawodzie dziennikarza, umiejętności komunikacyjnych oraz docierania do źródeł informacji, pozwolą absolwentom bez nadmiernych trudności rozpocząć wykonywanie profesjonalnych zadań.

Specyfika nowego kierunku wiąże się z postrzeganiem mediów oraz związanych z nimi zawodów jako funkcjonujących w perspektywie uniwersalnych praw i zasad wspólnotowych, zmian kulturowych, a zarazem podlegających 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, jak również gotowości do pełnienia roli tłumacza zjawisk i interpretatora faktów zachodzących w otaczającej odbiorcę rzeczywistości. Modyfikacja programu zmierza w kierunku wzrostu świadomości społeczno-politycznej i kształtowania umiejętności wyrażania samodzielnych sądów na temat sytuacji mających miejsce w sferze publicznej. 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 będzie mógł wykazać się także doświadczeniem zawodowym i umiejętnością przełożenia zdobytej wiedzy teoretycznej na praktykę. Lepiej zrozumie reguły funkcjonowania instytucji związanych z komunikowaniem na skalę masową.

Kierunek łączy również zajęcia z warsztatu dziennikarskiego z przygotowaniem do pracy w agencjach PR i reklamowych, biurach marketingowych, na stanowisku specjalisty ds. mediów społecznościowych i w innych miejscach, w których opracowuje 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 absol-

wentów poszczególnych kierunków studiów Wydziału Filologicznego ze względu na mały odsetek studentów wyrażających zgodę na takie monitorowanie. Wiedza na ten temat pozyskiwana była w sposób nieformalny, np. na podstawie kontaktów z absolwentami *dziennikarstwa i komunikacji społecznej* ich byłych promotorów. Zaobserwowano, że znaczący odsetek naszych licencjatów decydował się kontynuować studia na drugim stopniu, pozostając na kierunku i specjalizując się w oparciu o zdobytą już wiedzę i umiejętności.

Kierunek *dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji* będzie prowadzić współpracę naukowo-dydaktyczną z kierunkami studiów na uniwersytetach zagranicznych oferującymi podobny program i efekty kształcenia. Studenci kierunku już teraz mają możliwość realizowania części programu studiów za granicą w ramach wyjazdów Erasmus+, zdobywając tym samym wiedzę na temat międzynarodowego systemu medialnego, a także doświadczenie we współpracy i komunikacji z instytucjami międzynarodowymi.

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

### **13. 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 świadomych 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.

Ważny aspekt koncepcji kierunku stanowi perspektywa kulturowa, pozwalająca na wielostronne porównania procesów oraz zjawisk związanych z działalnością dziennikarską, medialną i komunikacyjną w Polsce i innych wybranych krajach. Nawiązuje ona także do badań kulturoznawczych rozwijanych od wielu lat w UŁ.

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



W programie studiów położono nacisk na kulturoznawcze ujęcie problematyki z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, uzupełniając ją wiedzą z zakresu językoznawstwa, literaturoznawstwa i nauk o sztuce. Niezbędne dopełnienie stanowią wybrane aspekty z obszaru historii, prawa i etyki. Kierunek wyróżnia rozbudowany program nauki tworzenia przekazów dziennikarskich i różnego typu praktyk komunikacyjnych oraz ich skutków dla funkcjonowania jednostek i wspólnot w przestrzeni kulturowej.

Kierunek *dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji* 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 szeroko rozumianych zawodów medialnych, rządzących nimi zasad oraz ich znaczenia w życiu społecznym. Perspektywa kulturowa wzbogaca ją o szerokie, procesualne i komparatystyczne ujęcie, uwzględniające także zjawiska występujące w innych krajach. Program studiów oferuje również wybór specjalności dziennikarsko-medialnych oraz większą liczbę przedmiotów dotyczących szeroko rozumianej komunikacji, w tym uwzględniających aspekt twórczy w ujęciu nauk o sztuce. Sytuuje informację w kontekście wartości ogólnohumanistycznych i dyskursu publicznego, kładąc mniejszy nacisk na jej ekonomikę i marketing.

W porównaniu do kierunku *filologia polska* program nie jest skoncentrowany na teoretycznych podstawach języko- i literaturoznawstwa, lecz proponuje doskonalenie umiejętności tworzenia w mowie i piśmie oraz interpretowania odmiennych gatunkowo tekstów, należących do różnych obiegów medialnych. Ma na celu kształcenie świadomego posługiwania się językiem w procesie komunikowania interpersonalnego, społecznego i międzykulturowego, z uwzględnieniem różnych funkcji przekazów oraz potrzeb grup odbiorczych.

Innowacyjny charakter programu przejawia się w jego następujących cechach/właściwościach:

- szczególny nacisk położono w nim nie na zagadnienia politologiczne, ale na wykształcenie kompetencji komunikacyjnych (genologia dziennikarska, komunikacja *via* nowe media, nauka o komunikowaniu, public relations, negocjacje, perswazja, manipulacja, argumentacja, autoprezentacja);
- w treściach programowych ważną rolę odgrywają przedmioty kształcące sztukę pisania (stylistyka praktyczna, częściowo gatunki w różnych typach mediów) oraz przygotowujące do tworzenia prac dyplomowych i prowadzenia badań (metody badawcze w medioznawstwie i komunikacji, proseminarium licencjackie);
- w ofercie studiów znajdują się dwie specjalności do wyboru, w pogłębionym zakresie wdrażające studentów do – odpowiednio – działalności dziennikarskiej oraz projektowania komunikacji w aspekcie kulturowym na potrzeby reklamy, designu i przekazów wizualnych;
- studenci mają możliwość realizacji samodzielnej, praktycznej pracy dyplomowej w zakresie dziennikarstwa, komunikacji społecznej, branding, rebrandingu, promocji marki.

## 15. Plany studiów

Plan studiów jest zgodny z przyjętym przez Radę Wydziału Filologicznego systemem ECTS.

Rok	Semestr	Przedmiot	Kod	Szczegóły przedmiotu														Forma zaliczenia (oc / e)	ECT S	Moduły
				Liczba godzin																
				w1	w2	w3	ck1	ck2	ck3	cw	p1	s	lj	wr	pr	Razem				
I	I	Historia polityczna Polski po 1918 r.		28												28	e	2	MOPd	
		Nauka o komunikowaniu – wprowadzenie		28										28		56	e	5	MOPk	
		Prawo mediów i prawo autorskie		28												28	oc	2	MOMe	
		Rynek mediów w Polsce		14												14	oc	1	MOMe	
		Wstęp do mediologii		28												28	e	2	MOMe	
		Dykcja i emisja głosu						28								28	oc	4	MOPr	
		Gatunki dziennikarskie prasowe					28									28	oc	2	MODz	
		Gatunki dziennikarskie radiowe					28									28	oc	2	MODz	
		Dziennikarz w świecie nowych mediów					28									28	oc	4	MODz	
		Stylistyka praktyczna 1					28									28	oc	4	MOPr	
		Autobiografia w sztuce i mediach												14		14	oc	2	MOPd	
		Wychowanie fizyczne								30						30	oc	0		
		<b>razem I semestr:</b>														<b>338</b>		<b>30</b>		
	II	I	Etyka w komunikacji społecznej i mediach			28											28	e	3	MOPd
			Historia mediów			28											28	e	3	MODE
			Retoryka dziennikarska		14												14	e	1	MODz
			Systemy medialne		28												28	oc	2	MOMe
			Gatunki dziennikarskie telewizyjne					28									28	oc	2	MODz
			Multimedialne i informacyjne gatunki w Internecie					28									28	oc	2	MODz
			Nauka o komunikowaniu – argumentacja					28									28	oc	2	MOPk
		II	Stylistyka praktyczna 2					28									28	oc	4	MOPr
			Warsztaty prasowe											28			28	oc	3	MOPr
			Warsztaty radiowe											28			28	oc	3	MOPr
			Formy aktywności dziennikarzy w Internecie											14			14	oc	2	MOPr
			Język obcy*											60			60	oc	3	MOPd
			Wychowanie fizyczne							30							30	oc	0	
			<b>razem II semestr:</b>														<b>370</b>		<b>30</b>	
<b>razem I rok:</b>														<b>708</b>		<b>60</b>				
II	III	Nauka o komunikowaniu – perswazja i manipulacja			28		28									56	e	5	MOPk	
		Trendy w kulturze XX i XXI wieku			28											28	e	3	MOPd	

	Dziennikarstwo internetowe – budowanie komunikacji									28	28	oc	3	MOPr	
	Grafika komputerowa – aplikacje					28					28	oc	2	MOPd	
	Metody badawcze w medioznawstwie i komunikacji					28					28	oc	4	MOPd	
	Stylistyka praktyczna 3					28					28	oc	4	MOPr	
	Warsztaty telewizyjne									28	28	oc	3	MOPr	
	Język obcy*									60	60	e	4	MOPd	
<b>razem III semestr:</b>											<b>284</b>		<b>28</b>		
IV	Nauka o komunikowaniu – autoprezentacja					14					14	oc	2	MOPk	
	Stylistyka praktyczna 4						28				28	oc	6	MOPr	
	Proseminarium licencjackie							28			28	oc	3	MOSe	
	Specjalność zawodowa										196	oc	21	MD, MP	
	<b>razem IV semestr:</b>											<b>266</b>		<b>32</b>	
<b>razem II rok:</b>											<b>550</b>		<b>60</b>		
III	V	Dynamika komunikacyjna w sztuce XX i XXI wieku				28					28	e	4	MOPd	
		Seminarium licencjackie*							28		28	oc	4	MOSe	
		Praktyki zawodowe*									120	120	oc	4	MOPr
		Zajęcia ogólnouczelniane										30	oc	3	MJ, ML, MK
		Specjalność zawodowa										112	oc	15	MD, MP
	<b>razem V semestr:</b>											<b>318</b>		<b>30</b>	
VI	Modele dyskursu intermedialnego					28					28	oc	4	MOPk	
	Seminarium licencjackie*								28		28	oc	1	MOSe	
	Praca licencjacka										-	oc	5	MOSe	
	Egzamin licencjacki										-	e	2	MOSe	
	Specjalność zawodowa										140	oc	18	MD, MP	
<b>razem VI semestr:</b>											<b>196</b>		<b>30</b>		
<b>razem III rok:</b>											<b>514</b>		<b>60</b>		
<b>RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW:      godzin*:</b>											<b>1772</b>	<b>P. ECTS:</b>	<b>180</b>		

### Specjalność: Dziennikarstwo

Semestr	Przedmiot	KOD	Szczegóły przedmiotu				Forma zaliczenia (oc / e)	ETS	Moduły
			Liczba godzin						
			ck1	ck2	wr	Razem			
IV	Standardowa i niestandardowa reklama prasowa		28			28	oc	2	MDAn
IV	Klasyka słuchowiska i reportażu radiowego			28		28	oc	4	MDAn
IV	Sposoby promocji prasy i strategię przedsiębiorstw prasowych		28			28	oc	2	MDAn
IV	Słowo, dźwięk i obraz w Internecie				28	28	oc	3	MDPr

IV	Audycja radiowa				28	28	oc	3	MDPr
IV	Arcydzieła sztuki dziennikarskiej			28		28	oc	4	MDAn
IV	Głos i realizacja dźwięku w mediach elektronicznych				28	28	Oc	3	MDPr
<b>razem IV semestr:</b>						<b>196</b>		<b>21</b>	
V	Sztuka przemawiania i dyskusowania				28	28	oc	3	MDPr
V	Słuchowisko – teoria i praktyka gatunku			28		28	oc	4	MDAn
V	Reportaż radiowy – teoria i praktyka gatunku			28		28	oc	4	MDAn
V	Etykieta językowa w komunikacji międzykulturowej			28		28	oc	4	MDAn
<b>razem V semestr:</b>						<b>112</b>		<b>15</b>	
VI	Wywiad i fotografia dziennikarska w praktyce				28	28	oc	3	MDPr
VI	Monitoring wydarzeń medialnych			28		28	oc	4	MDAn
VI	Historia mówiona i dokumentalistyka			28		14	oc	4	MDAn
VI	Współczesne czasopiśmiennictwo polskie				28	28	oc	3	MDPr
VI	Krytyka filmowa i telewizyjna			28		28	oc	4	MDAn
<b>razem VI semestr:</b>						<b>140</b>		<b>18</b>	
<b>RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW:</b>						<b>448</b>	<b>p. ECTS</b>	<b>54</b>	

### Specjalność: Reklama, design i komunikacja wizualna

Semestr	Przedmiot	Szczegóły przedmiotu							Moduły
		KOD	Liczba godzin				Forma zaliczenia (oc / e)	ETS	
			ck1	ck2	wr	Razem			
IV	Estetyka komunikacji		14			14	oc	1	MPKw
IV	Muzyka w reklamie		14			14	oc	1	MPRe
IV	Psychologia reklamy		28			28	oc	2	MPRe
IV	Semiotyka produktu		14			14	oc	1	MPKw
IV	Widzenie i percepcja			28		28	oc	4	MPKw
IV	Copywriting				28	28	oc	3	MPRe
IV	Fotografia				28	28	oc	3	MPRe
IV	Obraz w reklamie				14	14	oc	2	MPRe
IV	Środki komunikacji filmowej			28		28	oc	4	MPRe
<b>razem IV semestr:</b>						<b>196</b>		<b>21</b>	
V	Struktury wizualne w praktyce			28		28	oc	4	MPKw
V	Design produktu				14	14	oc	2	MPKw
V	Planowanie i projektowanie przestrzeni				14	14	oc	2	MPKw
V	Projektowanie narracji w spocie reklamowym			28		28	oc	4	MPRe
V	Typografia i małe formy graficzne				28	28	oc	3	MPRe
<b>razem V semestr:</b>						<b>112</b>		<b>15</b>	
VI	Grafika użytkowa			28		28	oc	3	MPRe
VI	Inspiracja i kreacja			28		28	oc	4	MPKw
VI	Makieta publikacji poligraficznej i elektronicznej				28	28	oc	3	MPRe
VI	Organizacja produkcji spotu reklamowego			28		28	oc	4	MPRe

VI	Plakat i reklama wielkoformatowa		28		28	oc	4	MPre
razem VI semestr:					140		18	
RAZEM W CIĄGU TOKU STUDIÓW:					448	p. ECTS	54	

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

p1: proseminarium, nakład pracy studenta 1

s: seminarium

lj: lektorat języka

wr: warsztaty

pr: praktyki

### Skróty modułów

MO – moduł ogólny

MOPd – moduł ogólny podstawowy

MODz – moduł ogólny dziennikarstwo

MOMe – moduł ogólny media

MOPk – moduł ogólny projektowanie komunikacji

MOPr – moduł ogólny praktyka

MOSe – moduł ogólny seminaryjny

MD – moduł dziennikarski

MDAn – moduł dziennikarski analiza

MDPr – moduł dziennikarski praktyka

MP – moduł projektowanie

MPKw – moduł projektowanie komunikacja wizualna

MPre – moduł projektowanie reklama

MJ – moduł językoznawczy

ML – moduł literaturoznawczy

MK – moduł kulturoznawczy

### 16. Bilans punktów ECTS wraz ze wskaźnikami charakteryzującymi program studiów

- liczba punktów, jaką student musi zdobyć w ciągu 6 semestrów, aby uzyskać kwalifikacje właściwe dla kierunku: 180 ECTS;
- łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach kontaktowych: 173 ECTS – praktyki 4 ECTS;
- łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształcących umiejętności praktyczne: 72 ECTS;
- 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 ECTS;

- e) łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych (73%) – 131 ECTS lub nauk społecznych (27%) – 49 ECTS;
- f) łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć przygotowujących do prowadzenia badań naukowych: 94 ECTS (52%);
- g) łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć do wyboru: 62 ECTS (34%).

### 17. Opis poszczególnych przedmiotów

Dokument w załączeniu.

### 18. 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.

Moduł	Sym-bol	Przedmioty	Efekty kształcenia	Punkty ECTS
<b>MODUŁ OGÓLNY</b>	<b>MO</b>			<b>107</b>
<b>Ogólny podstawowy</b>	<b>MOPd</b>	Autobiografia w sztuce i mediach Dynamika komunikacyjna w sztuce XX i XXI wieku Etyka w komunikacji społecznej i mediach Grafika komputerowa – aplikacje Historia polityczna Polski po 1918 r. Język obcy Metody badawcze w medioznawstwie i komunikacji Trendy w kulturze XX i XXI wieku	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W06, 01D-1A_W07, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U06 01D-1A_U07, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K04, 01D-1A_K05	<b>28</b>
<b>Ogólny dziennikarstwo</b>	<b>MODz</b>	Dziennikarz w świecie nowych mediów Gatunki dziennikarskie prasowe Gatunki dziennikarskie radiowe Gatunki dziennikarskie telewizyjne Multimedialne i informacyjne gatunki w Internecie Retoryka dziennikarska	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_W06, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_U08, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04 01D-1A_K04, 01D-1A_K05	<b>14</b>
<b>Ogólny media</b>	<b>MOMe</b>	Historia mediów Prawo mediów i prawo autorskie	01D-1A_W01, 01D-1A_W02,	<b>10</b>

		Rynek mediów w Polsce Systemy medialne Wstęp do mediologii	01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_W07, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K05	
<b>Ogólny projektowanie komunikacji</b>	<b>MOPk</b>	Modele dyskursu intermedialnego Nauka o komunikowaniu – argumentacja Nauka o komunikowaniu – autoprezentacja Nauka o komunikowaniu – perswazja i manipulacja Nauka o komunikowaniu – wprowadzenie	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_U08, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04, 01D-1A_K05	<b>20</b>
<b>Ogólny praktyka</b>	<b>MOPr</b>	Dykcja i emisja głosu Warsztaty prasowe Warsztaty radiowe Formy aktywności dziennikarzy w internecie Dziennikarstwo internetowe – budowanie komunikacji Warsztaty telewizyjne Praktyki zawodowe Stylistyka praktyczna 1, 2, 3, 4	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W06, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04, 01D-1A_K05	<b>40</b>
<b>Ogólny seminaryjny</b>	<b>MOSe</b>	Egzamin licencjacki Praca licencjacka Proseminarium licencjackie Seminarium licencjackie	01D-1A_W01, 01D-1A_W03, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03	<b>15</b>
	<b>MJ, ML, MK</b>	Zajęcia ogólnouczelniane		<b>3</b>
<b>MODUŁ</b>	<b>MD</b>			<b>53</b>

<b>DZIENNIKARSKI</b>				
<b>Dziennikarski analiza</b>	<b>MDAn</b>	Arcydzieła sztuki dziennikarskiej Etykieta językowa w komunikacji międzykulturowej Historia mówiona i dokumentalistyka Klasyka słuchowiska i reportażu radiowego Krytyka filmowa i telewizyjna Monitoring wydarzeń medialnych Reportaż radiowy – teoria i praktyka gatunku Słuchowisko – teoria i praktyka gatunku Sposoby promocji prasy i strategie przedsiębiorstw prasowych Standardowa i niestandardowa reklama prasowa	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_W06, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04, 01D-1A_K05	<b>35</b>
<b>Dziennikarski praktyka</b>	<b>MDPr</b>	Audycja radiowa Głos i realizacja dźwięku w mediach elektronicznych Słowo, dźwięk i obraz w internecie Sztuka przemawiania i dyskusowania Współczesne czasopiśmiennictwo polskie Wywiad i fotografia dziennikarska w praktyce	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W03, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_W06, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_U08, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K05	<b>18</b>
<b>MODUŁ PROJEKTOWANIE KOMUNIKACJI</b>	<b>MP</b>			<b>51</b>
<b>Projektowanie komunikacji komunikacja wizualna</b>	<b>MPKw</b>	Estetyka komunikacji Semiotyka produktu Widzenie i percepcja Struktury wizualne w praktyce Design produktu Planowanie i projektowanie przestrzeni Inspiracja i kreacja	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W04, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U05, 01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04	<b>18</b>
<b>Projektowanie komunikacji reklama</b>	<b>MPRe</b>	Copywriting Fotografia Grafika użytkowa Makieta publikacji poligraficznej i elektronicznej Muzyka w reklamie Obraz w reklamie Organizacja produkcji spotu reklamowego	01D-1A_W01, 01D-1A_W02, 01D-1A_W04, 01D-1A_W05, 01D-1A_U01, 01D-1A_U02, 01D-1A_U03, 01D-1A_U04,	<b>33</b>



		Plakat i reklama wielkoformatowa Projektowanie narracji w spocie reklamowym Psychologia reklamy Środki komunikacji filmowej Typografia i małe formy graficzne	01D-1A_U06, 01D-1A_U07, 01D-1A_U08, 01D-1A_K01, 01D-1A_K02, 01D-1A_K03, 01D-1A_K04	
--	--	---	--	--

### Skróty modułów

MO – moduł ogólny  
MOPd – moduł ogólny podstawowy  
MODz – moduł ogólny dziennikarstwo  
MOMe – moduł ogólny media  
MOPk – moduł ogólny projektowanie komunikacji  
MOPr – moduł ogólny praktyka  
MOSe – moduł ogólny seminaryjny  
MD – moduł dziennikarski  
MDAn – moduł dziennikarski analiza  
MDPr – moduł dziennikarski praktyka  
MP – moduł projektowanie  
MPKw – moduł projektowanie komunikacja wizualna  
MPRe – moduł projektowanie reklama  
MJ – moduł językoznawczy  
ML – moduł literaturoznawczy  
MK – moduł kulturoznawczy

### 19. Sposób weryfikacji zakładanych efektów uczenia się osiągniętych 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.

### 20. Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych

Praktyki zawodowe stanowią integralną część kształcenia ujętego w planie studiów na kierunku *dziennikarstwo, media i projektowanie komunikacji* i przygotowują do wykonywania zawodów związanych z kierunkiem studiów.

Podstawowym celem praktyk jest zdobycie praktycznych doświadczeń zawodowych, a także doskonalenie wiedzy i umiejętności zdobytych w czasie studiów na zajęciach teoretycznych oraz warsztatowych. Praktyki służą również doskonaleniu umiejętności organizacji pracy własnej i zespołowej, efektywnego zarządzania czasem, ugruntowywaniu 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 oceny 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 prowadzącymi już działalność w interesujących ich branżach.

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

Na praktyki student udaje się po dokonaniu wyboru specjalności.

Studenci realizują praktyki w systemie ciągłym; zaliczenie praktyk następuje w szóstym semestrze.

Szczegółowe wskazówki dotyczące miejsca odbywania praktyk oraz warunków ich zaliczenia zawiera „Regulamin praktyk” obowiązujący w Katedrze Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej.

**Wymiar godzinowy praktyk:** 120 godzin (4 pkt ECTS).

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

## **21. Zajęcia przygotowujące studenta do prowadzenia badań naukowych**

Należą do nich: wszystkie wykłady, wybrane ćwiczenia konwersatoryjne i zajęcia specjalizacyjne oraz proseminarium, seminarium licencjackie i praca dyplomowa – 94 pkt ECTS (52%).

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

Wszystkie szkolenia odbywają się *online* (<https://moodle.uni.lodz.pl>):

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