

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH  
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM  
2022/2023**

*data przyjęcia przez Radę Instytutu Nauk o Polityce i Administracji*

*13 kwietnia 2022 r.*

*pieczęć i podpis dyrektora*

.....

Studia wyższe na kierunku	<b>DZIENNIKARSTWO SPOŁECZNE</b>
Dziedzina/y	nauki SPOŁECZNE; nauki HUMANISTYCZNE; nauki INŻYNIERYJNO-TECHNICZNE
Dyscyplina wiodąca (% udział)	<b>Nauki o polityce i administracji (51%)</b>
Pozostałe dyscypliny (% udział)	Nauki o komunikacji społecznej i mediach (24%); językoznawstwo (5%); nauki socjologiczne (5%), pedagogika (3%), nauki prawne (2%); nauki o zarządzaniu i jakości (2%); nauki o bezpieczeństwie (2%), psychologia (2%); ekonomia i finanse (2%); informatyka techniczna i telekomunikacja (2%)
Poziom	<b>DRUGI stopień</b>
Profil	Ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	<b>studia NIESTACJONARNE</b>
Specjalności	<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Nowe media w social science</b></li><li>• <b>PR i komunikowanie wizerunkowe w social science</b></li></ul> <p style="text-align: center;"><i>Moduł specjalności realizowany jest od semestru <b>DRUGIEGO</b></i></p>
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	2 lata (4 semestrów)
Uzyskiwany tytuł zawodowy	magister
Warunki przyjęcia na studia	Dyplom ukończenia studiów co najmniej I stopnia z zakresu dziedzin: nauk społecznych, humanistycznych, rolniczych, inżynieryjno-technicznych, medycznych i nauk o zdrowiu, ścisłych i przyrodniczych, sztuki.

Efekty uczenia się:

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się zgodnych z Polską Ramą Kwalifikacji	
		Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia <sup>1</sup>	Symbol charakterystyk II stopnia <sup>2</sup>
<b>WIEDZA</b>			
K_W01	zna podstawowe metody, teorie i zasady prowadzenia badań naukowych z zakresu nauk o polityce i administracji	P7U_W	P7S_WG
K_W02	zna podstawowe metody, teorie i zasady prowadzenia badań naukowych z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		P7S_WG
K_W03	ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane problemy z zakresu nauk o polityce i administracji		P7S_WG
K_W04	ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane problemy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach		P7S_WG
K_W05	zna ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania pracy dziennikarza		P7S_WK
K_W06	ma wiedzę o człowieku jako podmiocie działań komunikacyjnych, rozumiejąc ich rolę w budowaniu wspólnoty i organizowaniu struktur komunikowania społecznego		P7S_WG P7S_WK
K_W07	zna reguły działania instytucji medialnych, instytucji komunikowania społecznego i rozpoznaje metody ich zarządzania		P7S_WK
K_W08	ma poszerzoną wiedzę o prawnych, etycznych, administracyjnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania mediów na różnych poziomach w Polsce i na świecie		P7S_WK
K_W09	ma ugruntowaną wiedzę o zmianach technologicznych i społecznych zachodzących w obszarze mediów i komunikowania społecznego		P7S_WK
K_W10	zna i rozumie pojęcia z zakresu wybranych problemów prawa prasowego oraz prawa autorskiego i ochrony własności intelektualnej		P7S_WK
<b>UMIĘJĘTNOŚCI</b>			
K_U01	potrafi zdobywać, interpretować i krytycznie oceniać informacje	P7U_U	P7S_UW
K_U02	potrafi samodzielnie przygotowywać i redagować różne formy przekazów multimedialnych		P7S_UK
K_U03	potrafi przygotowywać i redagować wypowiedzi prasowe różnych form i gatunków dziennikarskich		P7S_UW
K_U04	umie tworzyć scenariusze audycji radiowych i telewizyjnych, konstruować plany eventów, promocji, konferencji prasowych i innych działań ( <i>incentives</i> ) wspierających popularyzację wiedzy		P7S_UW

<sup>1</sup> Zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2016, poz.64)

<sup>2</sup> Zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia 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. z 2018 r., poz. 2218).

K_U05	potrafi porozumiewać się w języku obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego łącznie ze znajomością elementów języka z zakresu dziennikarstwa		P7S_UK
K_U06	potrafi stosować aplikacje i funkcjonalności dostępne dzięki nowym technologiom w dziedzinie mediów i komunikacji społecznej w celu organizowania pracy zespołu		P7S_UK
K_U07	potrafi analizować przebieg procesów i zjawisk społecznych z dziedziny mediów i komunikacji społecznej, oceniać skuteczność oddziaływania przekazów medialnych		P7S_UK
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_K01	potrafi samodzielnie i krytycznie oceniać poziom swojej wiedzy i własnych umiejętności praktycznych, a także uzupełniać je i pogłębiać		P7S_KK
K_K02	dostrzega wagę postępowania etycznego w badaniach naukowych		P7S_KK
K_K03	umie systematycznie gromadzić, analizować, a następnie w rzetelny i etyczny sposób interpretować i rozpowszechniać uzyskane informacje		P7S_KK
K_K04	rozumie potrzebę rozwoju, kształcenia i doskonalenia się w tworzeniu rzetelnego, obiektywnego i bezstronnego przekazu medialnego	P7U_K	P7S_KK
K_K05	posiada umiejętność organizacji pracy i nadzoru nad zespołami kreatywnymi		P7S_KO
K_K06	potrafi odpowiednio określić priorytety i wartości informacyjne ( <i>news values</i> ) przekazywanych w obieg publiczny informacji		P7S_KO
K_K08	ma świadomość odpowiedzialności za jakość, rzetelność, ważność i wiarygodność wprowadzanych w obieg publiczny treści medialnych		P7S_KO

Sylwetka absolwenta	<p>Absolwenci kierunku <i>Dziennikarstwo społeczne</i> uzyskają poszerzoną wiedzę zarówno z zakresu przedmiotowego (nauki o polityce i administracji), jak i teorii komunikowania, obszarów zastosowania nowoczesnych technologii przekazów medialnych, nowych metod, technik i narzędzi komunikowania oraz pedagogiki medialnej – w tym zwłaszcza na temat oddziaływania przekazów dziennikarskich, edukacji medialnej, kulturowych oraz ekonomicznych uwarunkowań roli mediów w społeczeństwie i życiu człowieka. Absolwenci uzyskają zbilansowane kompetencje w dziedzinie nauk społecznych, nauk humanistycznych oraz nauk inżynieryjno-technicznych. Posiadać będą umiejętność stosowania w praktyce zdobytej interdyscyplinarnej wiedzy o komunikacji społecznej i interpersonalnej, technikach komunikowania poprzez media, z użyciem narzędzi informatycznych, technologii mobilnych i interaktywnych, metod prezentacji multimedialnej, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych prezentacji graficznych oraz technik digitalizacji i wizualizacji danych. Umiejętności te pozwolą absolwentom na krytyczne selekcjonowanie informacji z różnych źródeł, interpretację i ocenę ich jakości, a także analizę zjawisk społecznych i wypowiedanie się o nich w sposób kompetentny. Posiadać będą umiejętność stosowania w praktyce zdobytej wiedzy o komunikacji interpersonalnej, technikach komunikowania przez media, z użyciem narzędzi informatycznych, technologii mobilnych i interaktywnych, a także różnych gatunków dziennikarskich i metod prezentacji multimedialnej oraz transmedialnej.</p> <p>Studia na kierunku <i>Dziennikarstwo społeczne</i> dadzą możliwość kształcenia na odpowiednim poziomie teoretycznym, wzięcia udziału w pracach zespołów</p>
---------------------	--

	<p>badawczych, z jednoczesnym elementem umiejętności praktycznych zastosowań wiedzy komunikologicznej, dziennikarskiej i popularyzatorskiej. Absolwenci będą znali mechanizmy przekazu informacji w zastosowaniu do komunikacji wizerunkowej, do marketingowego zarządzania marką, do poprawy komunikacji wewnątrz organizacji, a także do komunikowania w sytuacji kryzysowej.</p>
<p>Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe</p>	<p>Program studiów da absolwentom <i>Dziennikarstwa społecznego</i> przygotowanie do pracy w instytucjach medialnych i około-medialnych, zajmujących się organizacją działalności społeczno-gospodarczej, w instytucjach sektora publicznego, w jednostkach badawczych, w sferze mediów z ich otoczką edukacyjną, popularyzatorską i biznesową oraz w organizacjach pozarządowych. Absolwenci, dzięki zdobytym umiejętnościom projektowania i przekazu informacji znajdują zatrudnienie w portalach internetowych, agencjach informacyjnych, reklamowych, brandingowych i public relations, redakcjach czasopism popularnonaukowych, ośrodkach badań społecznych i prowadzących badania rynku, w biurach prasowych, działach personalnych i HR instytucji, zespołach negocjacji społecznych i mediacji kulturowej, wydawnictwach, instytucjach samorządu i władz lokalnych, zespołach negocjacji społecznych i mediacji kulturowej, instytucjach kultury, podmiotach gospodarczych, usługowych i stowarzyszeniach. Ze względu na uzyskane kompetencje z zakresu wykorzystania technologii informacyjnych i graficznych absolwenci uzyskują też możliwość pracy w zespołach digitalizacyjnych, jednostkach opracowujących wizualizacje big data, w działach grafiki komputerowej, w laboratoriach technologii internetowych, laboratoriach produkcji obrazu, a także w powstających laboratoriach wirtualnej rzeczywistości i zespołach produkcji treści dla potrzeb edukacyjnych i popularyzatorskich.</p> <p>Dzięki połączeniu nauki przedmiotowej z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, dziennikarstwa i marketingu z informatyką, technologią komunikacji i multimediami absolwent <i>Dziennikarstwa społecznego</i> uzyska możliwość pracy w firmach budujących przewagę konkurencyjną za pomocą metod komputerowych i komunikacji wspomaganą najnowszą technologią.</p>
<p>Dostęp do dalszych studiów</p>	<p>Uzyskany tytuł zawodowy daje możliwość ubiegania się o przyjęcie do Szkoły Doktorskiej oraz podnoszenie kwalifikacji na studiach podyplomowych.</p>

<p>Jednostka naukowo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów</p>	<p><b>Instytut Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych</b></p>
--	--

## DZIENNIKARSTWO SPOŁECZNE - studia NIESTACJONARNE II stopnia

### PLAN STUDIÓW od roku akadem. 2022/2023

#### Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Socjologia	15	-						15	E	3
Polityka społeczna	15	-						15	E	3
Etyka społeczna	5	15						20	E	3
Wstęp do dziennikarstwa społecznego	5	-	15					20	Z	3
Podstawy wiedzy o państwie	15	-						15	Z	3
Podstawy PR i marketingu	5	15						20	Z	3
Współczesne systemy medialne	10	-	-	-	-	-	10	20	E	3
Komunikowanie społeczne	5	-	10					15	Z	2
Retoryka i stylistyka dziennikarska	5	-	15					20	Z	3
Lektorium j. angielskiego w naukach społecznych	-	-	-	20				20	Z	3
	<b>80</b>	<b>30</b>	<b>40</b>	<b>20</b>			<b>10</b>	<b>180</b>	<b>4</b>	<b>29</b>

#### Kurs do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
1 kurs do wyboru x 1 ECTS										
Język obcy dla celów akademickich Język angielski B2 + Język francuski B2 + Język niemiecki B2 + Język rosyjski B2 +			15					15	ZO	1
<b>suma</b>								<b>15</b>		<b>1</b>

#### Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz	punkty ECTS
Szkolenie „Bezpieczeństwo i higiena kształcenia”	4	0
Szkolenie biblioteczne	2	0
Przygotowanie do pracy w trybie e-learningowym	4	0
Prezentacja specjalności	2	0
suma		0

## Semestr II

### Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia społeczna	15	-						15	Z	2
Współczesne zagrożenia cywilizacyjne	10	-						10	Z	1
Etyka mediów	15	-						15	E	2
Konflikty społeczne	10	-						10	Z	1
Prawo mediów, komunikacji i reklamy	20	-						20	E	3
Współczesne źródła informacji dziennikarskiej w naukach społecznych	5	-	15					20	Z	3
Warsztaty twórczego pisania ( <i>Creative writing</i> )	-	-	-	15			5	20	Z	3
Warsztaty redakcyjne dziennikarstwa społecznego	-	-	-	20				20	Z	2
Ochrona własności intelektualnej	15	-						15	Z	1
Nowe technologie multimedialne	-	-	20					20	Z	2
	<b>90</b>	-	<b>35</b>	<b>35</b>			<b>5</b>	<b>165</b>	<b>2</b>	<b>20</b>

### Dwa kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Kurs fakultatywny 1 (dziennikarstwo obywatelskie)			15					15	Z	2x2p.= 4 ECTS
Kurs fakultatywny 2 (dziennikarstwo śledcze)			15					15	Z	
Kurs fakultatywny 3 (dziennikarstwo sportowe)			15					15	Z	
Kurs fakultatywny 4 (dziennikarstwo life style)			15					15	Z	
<b>suma</b>			<b>30</b>					<b>30</b>	-	<b>4</b>

### Moduł specjalności do wyboru (2 specjalności)

Nazwa modułu	punkty ECTS
Nowe media w social science	6
PR i komunikowanie wizerunkowe w social science	6

### Semestr III

#### Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ ZO/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Etyka środowiskowa	5	15						20	E	3
Psychologia mediów	5	15						20	E	3
Fotografia dziennikarska	-	-		20				20	Z	3
Warsztaty produkcji treści multimedialnych w <i>social science</i>	-	-		20				20	Z	3
Warsztat rzecznika prasowego	-	-	15	-				15	Z	2
Podstawy przedsiębiorczości	10	-	-	-				10	Z	1
Seminarium magisterskie	-	-	-	-	15			15	Z	2
	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>15</b>	<b>40</b>	<b>15</b>			<b>120</b>	<b>2</b>	<b>17</b>

#### Dwa kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ ZO/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Kurs fakultatywny 1 (zarządzanie informacją)	-	-	15					15	Z	2x2p.= 4 ECTS
Kurs fakultatywny 2 (prawa człowieka)	-	-	15					15	Z	
Kurs fakultatywny 3 (komunikowanie polityczne)	-	-	15					15	Z	
Kurs fakultatywny 4 (problemy społeczne)	-	-	15					15	Z	
<b>suma</b>			<b>30</b>					<b>30</b>	-	<b>4</b>

#### Praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

sem.	nazwa praktyki (rodzaj i zakres oraz miejsce realizacji)	tyg.	godz.	ECTS
III	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, portalu internetowym lub innych mediach		60	3

#### Moduł specjalności do wyboru (2 specjalności)

Nazwa modułu	punkty ECTS
Nowe media w <i>social science</i>	6
PR i komunikowanie wizerunkowe w <i>social science</i>	6

## Semestr IV

### Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Cyberbezpieczeństwo	5	15						20	E	3
Marketing społeczny	5	15						20	Z	3
Podstawy organizacji i zarządzania projektami społecznymi	5	-	15					20	E	2
Metody analizy mediów	-	-	15					15	E	2
Warsztaty kreatywne dziennikarstwa społecznego	-	-	-	20				20	Z	2
Warsztaty zarządzania kryzysem	-	-	15					15	Z	2
Dziennikarstwo społeczne w mediach społecznościowych	-	-	20					20	Z	2
Seminarium magisterskie	-	-	-	-	15			15	Z	2
	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>65</b>	<b>20</b>	<b>15</b>			<b>145</b>	<b>3</b>	<b>18</b>

### Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz	punkty ECTS
Warsztat networkingowy w <i>social science</i>	20	3
	<b>suma</b>	<b>3</b>

### Moduł specjalności do wyboru (2 specjalności)

Nazwa modułu	punkty ECTS
Nowe media w <i>social science</i>	6
PR i komunikowanie wizerunkowe w <i>social science</i>	6

### Praca magisterska i jej obrona

Tematyka	Punkty ECTS
Zakres tematyczny związany ze specjalnością	3



## PROGRAM SPECJALNOŚCI

przyjęty przez Radę Instytutu Nauk o Polityce i Administracji dnia 13 kwietnia 2022 r.	
---	--

Nazwa specjalności	<b>NOWE MEDIA W SOCIAL SCIENCE</b>
--------------------	------------------------------------

Liczba punktów ECTS	<b>18</b>
---------------------	-----------

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Program studiów da absolwentom specjalności przygotowanie do kompetentnej działalności zawodowej zarówno w instytucjach sektora publicznego, jak i w organizacjach samorządowych i społecznych, w sferze mediów z ich otoczką społeczną i biznesową oraz w organizacjach pozarządowych.

Absolwenci specjalności uzyskają niezbędną wiedzę z zakresu komunikowania w środowisku mediów społecznościowych, możliwych zakresów zastosowania technologii komunikacyjnych, metod, technik i narzędzi komunikowania w social mediach. Posiadać będą umiejętność stosowania w praktyce zdobytej wiedzy o komunikacji w mediach społecznościowych, z użyciem narzędzi informatycznych, technologii mobilnych i interaktywnych, metod prezentacji multimedialnej.

Absolwenci poznają mechanizmy promocji, marketingu internetowego, branding, promocji wizerunku w oparciu o aplikacje i mechanizmy mediów społecznościowych. Zdobędą umiejętność dokonywania analizy zasięgu, trendów obecności, mocy oddziaływania na odbiorców przekazów w sieciach społecznościowych. Będą gotowi do stosowania mediów społecznościowych jako skutecznego narzędzia komunikacji wewnątrzorganizacyjnej i komunikacji zewnętrznej.

Absolwenci znajdą też zatrudnienie w agencjach public relations, agencjach reklamowych i brandingowych, ośrodkach badań społecznych i badania rynku, w biurach prasowych, ośrodkach badania opinii publicznej i w mediach.

Posiadając umiejętności dziennikarskie będą mogli pracować w zespołach produkcji treści dla potrzeb akcji społecznych, a także zastosowań edukacyjnych, biznesowych i innych. Absolwenci będą przygotowani do prowadzenia własnej działalności medialnej z użyciem technik nowych mediów.

## Efekty uczenia się dla specjalności:

WIEDZA	
<b>W01</b>	Ma wiedzę z dziedziny zasad uprawiania rzetelnego i atrakcyjnego dziennikarstwa z zakresu nauk i aplikacji społecznych, zgodnego z kryteriami etycznymi zawodu.
<b>W02</b>	Zna prawne ramy uprawiania zawodu pracownika mediów, w tym prawo prasowe, prawo autorskie i regulacje dotyczące ochrony własności intelektualnej, wizerunku i danych osobowych.
<b>W03</b>	Ma wiedzę z zakresu typologii mediów, wyznaczników gatunkowych dla zróżnicowanych form wypowiedzi medialnej, reguł news values.
UMIEJĘTNOŚCI	
<b>U01</b>	Potrafi ujmować treści w zróżnicowane formy wypowiedzi medialnych z zachowaniem reguł strukturalnych oraz zasad poprawnego użycia języka polskiego.
<b>U02</b>	Potrafi oceniać poprawność, poprawiać i redagować wypowiedzi medialne innych autorów.
<b>U03</b>	Umiejętnie wykorzystuje możliwości technologiczne nowych mediów w poszukiwaniu informacji, tworzeniu treści i nadawaniu formy wypowiedziom medialnym.
<b>U04</b>	Posługuje się sprzętem multimedialnym do rejestracji, montażu i postprodukcji dźwięku i obrazu.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
<b>K01</b>	Potrafi samodzielnie podejmować decyzje w pracy zespołowej w ramach projektów związanych z zastosowaniem nowych mediów w dziennikarstwie społecznym.
<b>K02</b>	Umie nawiązywać poprawne relacje interpersonalne z przedstawicielami instytucji i osobami w trakcie wykonywania zadań dziennikarskich.
<b>K03</b>	Jest przygotowany do pracy w zespołach medialnych, podejmowania decyzji w warunkach presji czasu dzięki stosowaniu metod skutecznej komunikacji w organizacji.

## Formy sprawdzania efektów uczenia się:

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01								X			X		
W02								X			X		
W03					X	X	X	X		X			
U01						X		X		X			
U02						X		X		X			
U03					X		X						
U04					X	X	X						
K01				X			X	X					
K02				X		X	X	X					
K03		X		X			X	X			X		

.....  
pieczęć i podpis Dyrektora

**DZIENNIKARSTWO SPOŁECZNE - studia NIESTACJONARNE II stopnia**

PLAN STUDIÓW od roku akadem. 2022/2023

Plan specjalności – **Nowe media w social science****Semestr II**

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Warsztaty dokumentacji filmowej	-	-	20					20	Z	3
Dziennikarstwo danych w social science	-	-	20					20	Z	3
			<b>40</b>					<b>40</b>	-	<b>6</b>

**Semestr III**

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Kampanie społeczne w social media	-	-	20					20	Z	3
Rynek e-contentu dziennikarskiego (in field)	-	-	20					20	Z	3
			<b>40</b>					<b>40</b>	-	<b>6</b>

**Semestr IV**

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Warsztaty publicystyczne	-	-	20					20	Z	3
Projekt specjalistyczny (reportaż społeczny)	-	-	20					20	Z	3
			<b>40</b>					<b>40</b>	-	<b>6</b>

## PROGRAM SPECJALNOŚCI

przyjęty przez Radę Instytutu Nauk o Polityce i Administracji dnia .....	
---	--

Nazwa specjalności	<b>PR I KOMUNIKOWANIE WIZERUNKOWE W SOCIAL SCIENCE</b>
--------------------	--

Liczba punktów ECTS	<b>18</b>
---------------------	-----------

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwenci wyposażeni zostaną w wiedzę i umiejętności praktyczne z zakresu public relations w zastosowaniu do promocji wiedzy z zakresu *social science*. Uzyskane umiejętności dzięki połączeniu nauki o mediach i komunikacji z elementami marketingu i produkcji contentu dadzą możliwość pracy w firmach budujących przewagę konkurencyjną za pomocą metod komputerowych i komunikacji wspomaganej najnowszą technologią.

Uzyskana wiedza z zakresu mechanizmów komunikowania wizerunkowego pozwoli im skutecznie oddziaływać na odbiorców rynku medialnego. Pozwoli im także na projektowanie i budowanie strategii medialnych w dziedzinie *social science*. Znajomość metod, technik i narzędzi marketingu medialnego, promocji i kreowania wizerunku oraz public relations ułatwi staranie się o zatrudnienia na rynku usług medialnych i okołomedialnych.

Efekty uczenia się dla specjalności:

WIEDZA	
<b>W01</b>	Zna psychologiczne, etyczne, prawne i organizacyjne uwarunkowania procesów komunikacji z użyciem mediów
<b>W02</b>	Ma wiedzę z zakresu technologii wykorzystywanych we współczesnych systemach komunikacji międzyludzkiej, w tym w zakresie public relations i kreowaniu wizerunku
<b>W03</b>	Ma wiedzę na temat struktur i relacji społecznych w sieci, kierujących nimi mechanizmów powstawania i zarządzania
UMIEJĘTNOŚCI	
<b>U01</b>	Potrafi posługiwać się nowoczesnymi technologiami komunikacyjnymi i dobierać ich funkcjonalności adekwatnie do potrzeb
<b>U02</b>	Potrafi określać i definiować schematy ludzkich zachowań w procesach komunikacyjnych, interpretować je i przeciwdziałać ich negatywnym skutkom

<b>U03</b>	Umie wykorzystywać możliwości technologiczne, w tym aplikacje mobilne, techniki crowdsourcingowe oraz VR, AR i IoT do skutecznej komunikacji w Internecie
<b>U04</b>	Potrafi wykorzystać narzędzia multimedialne do wizualizacji i prezentacji treści z zakresu social science
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	
<b>K01</b>	Potrafi samodzielnie podejmować decyzje w pracy zespołowej w ramach projektów związanych z komunikowaniem społecznym i public relations
<b>K02</b>	Umie zastosować w praktyce techniki negocjacyjne i mediacyjne, w tym metody mediacji międzykulturowej, komunikacji politycznej i komunikowania wizerunkowego
<b>K03</b>	Jest przygotowany do pracy w zespołach kreatywnych, podejmowania decyzji w warunkach presji czasu dzięki stosowaniu metod skutecznej komunikacji w organizacji

Formy sprawdzania efektów uczenia się:

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01					X	X	X	X				X	
W02							X	X		X	X		
W03				X			X	X			X		
U01					X	X		X	X		X		
U02							X	X			X		
U03					X	X	X		X				
U04					X	X	X						
K01				X			X	X					
K02				X	X		X	X			X		
K03				X		X	X				X		

.....  
pieczęć i podpis Dyrektora

## DZIENNIKARSTWO SPOŁECZNE - studia NIESTACJONARNE II stopnia

PLAN STUDIÓW od roku akadem. 2022/2023

Plan specjalności – **PR i komunikowanie wizerunkowe w social science**

### Semestr II

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Coaching i mentoring	-	-	20					20	Z	3
Kompetencje przyszłości	-	-	20					20	Z	3
			<b>40</b>					<b>40</b>	-	<b>6</b>

### Semestr III

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Warsztaty analizy odbioru i wpływu mediów	-	-	20					20	Z	3
Komunikowanie wizerunkowe (in field)	-	-	20					20	Z	3
			<b>40</b>					<b>40</b>	-	<b>6</b>

### Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ ZO/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Społeczna odpowiedzialność biznesu				20				20	Z	3
Projekt specjalistyczny (kampania społeczna)				20				20	Z	3
				<b>40</b>				<b>40</b>	-	<b>6</b>



# UNIWERSYTET PEDAGOGICZNY im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie INSTYTUT NAUK O POLITYCE I ADMINISTRACJI

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków  
www.ipol.up.krakow.pl

tel. 12 662 6446, fax 12 637 2243  
e-mail: inpa@up.krakow.pl

Uchwała nr: 2/INPA/2022

Rady Instytutu Nauk o Polityce i Administracji

Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

z dnia 13 kwietnia 2022 r.

Działając w oparciu o § 45 pkt. 4 Statutu Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (tekst jednolity obowiązujący od dnia 7 września 2020 r.) Rada Instytutu Nauk o Polityce i Administracji w głosowaniu jawnym (głosowanie odbyło się w trybie zdalnym: uprawnionych - 22, głosujących - 14, głosów ważnych - 14, głosów nieważnych - 0, głosujących „TAK” - 13, głosujących „NIE” - 1, głosujących „wstrzymuję się” - 0) podjęła uchwałę o **przyjęciu programów i planów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych II stopnia dla kierunku *dziennikarstwo społeczne* na rok akademicki 2022/2023.**

Za Radę INPA,

**DYREKTOR**  
Instytutu Nauk o Polityce i Administracji

*dr hab. Robert Kłaczynski, prof. UP*  
p.o.