

**Uniwersytet**

**Technologiczno-Humanistyczny**

**im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu**

**WYDZIAŁ FILOLOGICZNO-PEDAGOGICZNY**

**PROGRAM STUDIÓW NA KIERUNKU**

**DZIENNIKARSTWO I NOWE MEDIA**

**STUDIA STACJONARNE**

**DRUGIEGO STOPNIA**

**O PROFILU PRAKTYCZNYM**

**Radom 2021**

**SPIS TREŚCI**

[I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW 3](#_Toc9250657)

[1. Nazwa kierunku studiów 3](#_Toc9250658)

[2. Klasyfikacja ISCED 3](#_Toc9250659)

[3. Poziom studiów 3](#_Toc9250660)

[4. Poziom PRK 3](#_Toc9250661)

[5. Profil studiów 3](#_Toc9250662)

[6. Dyscypliny naukowe ze wskazaniem dyscypliny wiodącej 3](#_Toc9250663)

[7. Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin 3](#_Toc9250664)

[8. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom 4](#_Toc9250665)

[II. OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ 4](#_Toc9250669)

**1. Tabela odniesień kierunkowych efektów uczenia się do uniwersalnych charakterystyk**

**pierwszego stopnia, określonych w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym**

**Systemie Kwalifikacji, oraz charakterystyk drugiego stopnia, określonych w przepisach**

**wydanych na podstawie art. 7 ust. 3 tej ustawy …………………………………....………….…... 4**

**2. Tabela pokrycia charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się przez kierunkowe**

**efekty uczenia się ..............................................................................................................................… 7**

[III. OPIS PROGRAMU STUDIÓW 8](#_Toc9250671)

[1. Forma studiów 8](#_Toc9250672)

[2. Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów 8](#_Toc9250673)

[3. Liczba semestrów 8](#_Toc9250674)

[4. Plan studiów – załącznik nr 1 8](#_Toc9250678)

[5. Opis poszczególnych przedmiotów – załącznik nr 2 8](#_Toc9250676)

[6. Matryca efektów uczenia się – załącznik nr 3 8](#_Toc9250677)

[7. Sumaryczne wskaźniki ilościowe charakteryzujące program studiów 8](#_Toc9250679)

[8. Praktyka 14](#_Toc9250680)

9. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się 14

[10. Forma zakończenia studiów 14](#_Toc9250681)

[11. Aspekty programu studiów i jego realizacji, służące umiędzynarodowieniu 15](#_Toc9250681)

**I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW**

# 1. Nazwa kierunku studiów:

Dziennikarstwo i nowe media

# 2. Klasyfikacja ISCED:

0321

# 3. Poziom studiów:

Studia drugiego stopnia

# 4. Poziom PRK:

7

# 5. Profil studiów:

Praktyczny

**6. Dyscypliny naukowe ze wskazaniem dyscypliny wiodącej:**

Kierunek *dziennikarstwo i nowe media* jest przyporządkowany do jednej dyscypliny naukowej:

* nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych) – dyscyplina wiodąca

# 7. Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin:

* nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca): 100 %

# 8. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:

Magister

**II. OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

**1. Tabela odniesień kierunkowych efektów uczenia się do uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia, określonych w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji, oraz charakterystyk drugiego stopnia, określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust. 3 tej ustawy:**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ** | | | | |
| **L.p.** | **Symbol kierunkowych efektów uczenia się**  **(KEU)** | **Opis efektów uczenia się**  Absolwent po ukończeniu kierunku studiów  **zna i rozumie (W), potrafi (U), jest gotów do (K):** | **Uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia efektów uczenia się – symbol** | **Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie PRK 7 – symbol** |
| **WIEDZA (W)** | | | | |
|  | K\_WG01 | Zna w stopniu pogłębionym teorie, metodologie i terminologie z dziedziny nauk humanistycznych i dziedziny nauk społecznych, a także w stopniu podstawowym z dziedziny nauk ścisłych i przyrodniczych i dziedziny sztuki, istotne dla kierunku dziennikarstwo i nowe media, oraz możliwości zastosowania wiedzy teoretycznej z ww. dziedzin w praktycznej działalności medialnej. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG02 | Zna w stopniu pogłębionym nowoczesne narzędzia, metody i techniki informacji i komunikacji (media cyfrowe, sieciowe, mobilne). | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG03 | Zna w stopniu pogłębionym warsztat dziennikarza internetowego i mobilnego; zna możliwości wykorzystania i rozumie rolę tzw. miękkich kompetencji w działalności medialnej. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG04 | Ma uporządkowaną, pogłębioną wiedzę o współczesnym języku polskim, zorientowaną na zastosowania praktyczne, zwłaszcza w komunikacji za pośrednictwem mediów cyfrowych, sieciowych i mobilnych. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG05 | Rozumie rolę, którą pełnią nowe media w gospodarce; zna zasady tworzenia i rozwoju nowoczesnych przedsiębiorstw medialnych i zarządzania nimi. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG06 | Ma zaawansowaną wiedzę o celach, instrumentach, metodach i technikach e-public relations i e-marketingu. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WG07 | Zna formy życia kulturalnego w Sieci; rozumie rolę nowych mediów w zachowaniu i transmisji kultury, historii, tradycji. | P7U\_W | P7S\_WG |
|  | K\_WK08 | Zna w stopniu pogłębionym kontekst społeczno-kulturowy, ekonomiczny, polityczny i historyczny nowych mediów oraz zjawisko mediatyzacji różnych sfer życia społecznego. | P7U\_W | P7S\_WK |
|  | K\_WK09 | Zna w stopniu zaawansowanym aspekty psychologiczne, etyczne i prawne działalności w cyberprzestrzeni, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego. | P7U\_W | P7S\_WK |
| **UMIEJĘTNOŚCI (U)** | | | | |
|  | K\_UW01 | Umie definiować i rozstrzygać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla zawodów dziennikarza internetowego i mobilnego, e-PR-owca, e-marketingowca: tworzyć merytoryczne, rzetelne przekazy multimedialne o różnego typu wydarzeniach, zjawiskach i procesach, prezentowane online lub offline; budować społeczności i realizować projekty społeczne i ekonomiczne; kreować wizerunek i markę; zarządzać sytuacją kryzysową; współpracować z interesariuszami; projektować, promować i reklamować produkty lub usługi. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UW02 | Umie zdobywać informacje z różnych źródeł i wykorzystywać je w działalności medialnej w sposób krytyczny i twórczy. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UW03 | Umie biegle posługiwać się nowoczesnymi urządzeniami, programami i aplikacjami, przydatnymi w działalności dziennikarskiej, e-PR-owskiej, e-marketingowej. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UW04 | Umie prowadzić zaawansowane badania komunikacji medialnej, zwłaszcza komunikacji sieciowej; potrafi w oparciu o wyniki tych badań formułować hipotezy i prognozy oraz tworzyć i wypróbowywać nowe rozwiązania komunikacyjne. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UW05 | Umie wnikliwie interpretować współczesne fakty, zjawiska i procesy społeczne i kulturowe, związane z rozwojem nowych mediów. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UW06 | Umie interpretować z badawczą wnikliwością współczesne teksty kultury z uwzględnieniem specyfiki ich funkcjonowania w cyberśrodowisku. | P7U\_U | P7S\_UW |
|  | K\_UK07 | Umie porozumiewać się z różnymi grupami odbiorców, odbierając i tworząc wypowiedzi ustne i pisemne oraz przekazy multimedialne, zwłaszcza przeznaczone dla Internetu i mediów mobilnych; potrafi stosować zasady, metody i techniki komunikacji w Sieci (webwriting, smartwriting, copywriting, storytelling). | P7U\_U | P7S\_UK |
|  | K\_UK08 | Umie sprawnie organizować i prowadzić spotkania i wydarzenia, w tym dyskusje, debaty i negocjacje, także online. | P7U\_U | P7S\_UK |
|  | K\_UK09 | Umie tworzyć spójne i dopracowane wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu, wykorzystując terminologię specjalistyczną, właściwą dla kierunku dziennikarstwo i nowe media. | P7U\_U | P7S\_UK |
|  | K\_UK10 | Umie wyszukiwać, analizować i użytkować informacje ze źródeł w języku obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu, obejmującym terminologię specjalistyczną, właściwą dla kierunku dziennikarstwo i nowe media. | P7U\_U | P7S\_UK |
|  | K\_UO11 | Umie działać jako aktywny członek, a także kierownik zespołu e-dziennikarskiego, e-PR-owskiego, e-marketingowego. | P7U\_U | P7S\_UO |
|  | K\_UO12 | Umie pracować i współdziałać w grupie posługującej się językiem obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu w zakresie właściwym dla kierunku dziennikarstwo i nowe media, przyjmując w niej różne role, w tym lidera. | P7U\_U | P7S\_UO |
|  | K\_UU13 | Umie dogłębnie analizować przemiany rynku pracy z punktu widzenia specjalisty od komunikacji medialnej; potrafi zaplanować indywidualną i zespołową ścieżkę kariery zawodowej. | P7U\_U | P7S\_UU |
|  | K\_UU14 | Umie rozwijać i doskonalić kompetencje potrzebne w działalności medialnej, w szczególności: zdolność do kooperacji, efektywną organizację pracy, asertywność i komunikatywność, elastyczność, wysoką kulturę osobistą. | P7U\_U | P7S\_UU |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE (K)** | | | | |
|  | K\_KK01 | Jest przygotowany do krytycznej oceny swojej wiedzy; jest gotów rozwijać zmysł krytyczny, gust i wrażliwość jako świadomy odbiorca i twórca przekazów medialnych i tekstów kultury. | P7U\_K | P7S\_KK |
|  | K\_KK02 | Jest gotów do konstruktywnego dialogu i współpracy z ekspertami w dziedzinie komunikacji społecznej i medialnej. | P7U\_K | P7S\_KK |
|  | K\_KO03 | Jest w pełni przygotowany do wykorzystania swoich umiejętności komunikacyjno-medialnych w inspirowaniu i organizowaniu działań mających na celu rozwój środowiska społeczno-gospodarczego, w tym lokalnego. | P7U\_K | P7S\_KO |
|  | K\_KO04 | Jest gotów działać na rzecz zachowania i promocji dorobku kulturowego i kulturalnego swojego regionu, Polski i Europy. | P7U\_K | P7S\_KO |
|  | K\_KR05 | Jest przygotowany do prowadzenia działalności medialnej w sposób etyczny i odpowiedzialny. | P7U\_K | P7S\_KR |
|  | K\_KR06 | Jest gotów bronić głównych zasad etosu dziennikarskiego, w tym niezależności i bezstronności. | P7U\_K | P7S\_KR |
| ∑ | Ilość efektów: 9 W, 14 U, 6 K | | | |

**2. Tabela pokrycia charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się przez kierunkowe efekty uczenia się:**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **POKRYCIE CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**  **PRZEZ KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ** | | |
| **L.p.** | **Charakterystyki drugiego stopnia**  **efektów uczenia się**  **dla kwalifikacji na poziomie PRK 7 – symbol** | **Kierunkowe efekty uczenia się (KEU) – symbol** |
| **WIEDZA (W)** | | |
| 1 | P7S\_WG | K\_WG01, K\_WG02, K\_WG03, K\_WG04, K\_WG05, K\_WG06, K\_WG07 |
| 2 | P7S\_WK | K\_WK08, K\_WK09 |
| **UMIEJĘTNOŚCI (U)** | | |
| 3 | P7S\_UW | K\_UW01, K\_UW02, K\_UW03, K\_UW04, K\_UW05, K\_UW06 |
| 4 | P7S\_UK | K\_UK07, K\_UK08, K\_UK09, K\_UK10 |
| 5 | P7S\_UO | K\_UO11, K\_UO12 |
| 6 | P7S\_UU | K\_UU13, K\_UU14 |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE (K)** | | |
| 7 | P7S\_KK | K\_KK01, K\_KK02 |
| 8 | P7S\_KO | K\_KO03, K\_KO04 |
| 9 | P7S\_KR | K\_KR05, K\_KR06 |
| ∑ | P7S\_WG – pokrycie przez 7 KEU  P7S\_WK – pokrycie przez 2 KEU  P7S\_UW – pokrycie przez 6 KEU  P7S\_UK – pokrycie przez 4 KEU  P7S\_UO – pokrycie przez 2 KEU  P7S\_UU – pokrycie przez 2 KEU  P7S\_KK – pokrycie przez 2 KEU  P7S\_KO – pokrycie przez 2 KEU  P7S\_KR – pokrycie przez 2 KEU | |

# **III. OPIS PROGRAMU STUDIÓW**

# 

# 1. Forma studiów:

Studia stacjonarne

# 2. Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów:

120 ECTS

# 3. Liczba semestrów:

4 semestry

# 4. Plan studiów – załącznik nr 1

# 5. Opis poszczególnych przedmiotów – załącznik nr 2

# 6. Matryca efektów uczenia się – załącznik nr 3

**7. Sumaryczne wskaźniki ilościowe charakteryzujące program studiów:**

**7.1. Wskaźniki dotyczące programu studiów na wnioskowanym kierunku studiów, poziomie i profilu, określone w § 3 ust. 1 pkt 1, 4, 6, 7, 8, § 3 ust. 2, 3, 4 i ust. 5 pkt 2 rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861, z późn. zm.), a także informacja o warunku określonym w art. 73 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U z 2020 r. poz. 85, z późn. zm.)**

Tabela 1

|  |  |
| --- | --- |
| **Wskaźniki dotyczące programu studiów na kierunku, poziomie i profilu** | |
| Liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie | 4 |
| Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie | 120 |
| Łączna liczba godzin zajęć | 970 |
| Łączna liczba godzin zajęć prowadzonych na wnioskowanym kierunku  przez nauczycieli akademickich zatrudnionych w uczelni składającej wniosek  jako podstawowym miejscu pracy | 765 |
| Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin,  do których przyporządkowany jest kierunek, w liczbie punktów ECTS  koniecznej do ukończenia studiów:  na danym poziomie: |  |
| nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca) | 100 % (120 ECTS) |
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć  prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich  lub innych osób prowadzących zajęcia | 66 |
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć  kształtujących umiejętności praktyczne | 108,5 |
| Liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny  nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów  przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio  nauki humanistyczne lub nauki społeczne | nie dotyczy |
| Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru | 57 |
| Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać  w ramach tych praktyk | 3 miesiące (375 h)  15 ECTS |
| Liczba godzinzajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów  pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich | nie dotyczy |

Tabela 2

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Zajęcia lub grupy zajęć kształtujących umiejętności praktyczne** | | | |
| Nazwa zajęć lub grupy zajęć | Forma/formy zajęć | Łączna  liczba  godzin | Liczba punktów ECTS |
| A. Grupa zajęć podstawowych | | | |
| Społeczeństwo sieciowe | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Gospodarka cyfrowa i kwantowa | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Etyka w przestrzeni wirtualnej | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Mediamorfozy w XXI wieku | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Cyberpsychologia | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Mediatyzacja polityki i życia publicznego | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| Cyberbezpieczeństwo i zarządzanie informacją | Ćwiczenia | 15 | 1 |
| B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych | | | |
| Mobile Journalism | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2,5 |
| E-Marketing | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Metody badań nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| New media technologies market  (Rynek nowych technologii medialnych) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mobile media affordances (Afordancje mediów mobilnych) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Webwriting i smartwriting | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| E-Public Relations | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kreowanie i organizacja wydarzeń w Sieci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Przestępczość, manipulacje i fake newsy w Sieci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Storytelling | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Design Thinking | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Warsztat kompetencji miękkich | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru | | | |
| Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Architektura informacji | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Systemy zarządzania treścią (CMS) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Aplikacje internetowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Elektroniczne systemy multimedialne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Social media w e-gospodarce | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| HRM nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Zarządzanie finansami w mediach sieciowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Crowdfunding i media społecznościowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Rynek pracy absolwenta | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Grafika komputerowa | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Web Design | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Projektowanie graficzne dla social mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Desktop Publishing | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Strategie marketingowe w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kryzys i sytuacje kryzysowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Współpraca z interesariuszami | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4) | | | |
| Zarządzenie reklamą w nowych mediach | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Copywriting | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Reklama natywna | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6) | | | |
| Filozofia w dobie nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Liternet (Literatura cyfrowa) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mediatyzacja historii i pamięci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| New Media Art | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Teatr i kino w cyberśrodowisku | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Muzyka a nowe media | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| **E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru** | | | |
| Język obcy | Ćwiczenia | 30 | 2 |
| **F. Praktyka** | | | |
| Praktyka zawodowa | Praktyka | 3 miesiące | 15 |
| **H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego** | | | |
| Seminarium dyplomowe | Seminarium | 60 | 4 |
| Przygotowanie i złożenie pracy dyplomowej |  |  | 20 |
| **Razem:** | | **795**  oraz  3 miesiące  praktyki | **108,5** |

Tabela 3

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Zajęcia lub grupy zajęć do wyboru** | | | |
| Nazwa zajęć lub grupy zajęć | Forma/formy zajęć | Łączna  liczba  godzin | Liczba punktów ECTS |
| B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru | | | |
| Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Architektura informacji | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Systemy zarządzania treścią (CMS) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Aplikacje internetowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Elektroniczne systemy multimedialne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Social media w e-gospodarce | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| HRM nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Zarządzanie finansami w mediach sieciowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Crowdfunding i media społecznościowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Rynek pracy absolwenta | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Grafika komputerowa | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Web Design | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Projektowanie graficzne dla social mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Desktop Publishing | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Strategie marketingowe w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kryzys i sytuacje kryzysowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Współpraca z interesariuszami | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4) | | | |
| Zarządzenie reklamą w nowych mediach | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Copywriting | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Reklama natywna | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6) | | | |
| Filozofia w dobie nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Liternet (Literatura cyfrowa) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mediatyzacja historii i pamięci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| New Media Art | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Teatr i kino w cyberśrodowisku | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Muzyka a nowe media | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| **E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru** | | | |
| Język obcy | Ćwiczenia | 30 | 2 |
| **F. Praktyka** | | | |
| Praktyka zawodowa | Praktyka | 3 miesiące | 15 |
| **H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego** | | | |
| Seminarium dyplomowe | Seminarium | 60 | 4 |
| **Razem:** | | **450**  oraz  3 miesiące  praktyki | **57** |

Tabela 4

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Zajęcia lub grupy zajęć odnoszących się do dyscypliny *nauki o komunikacji społecznej i mediach*** | | | |
| Nazwa zajęć lub grupy zajęć | Forma/formy zajęć | Łączna  liczba  godzin | Liczba punktów ECTS |
| **A. Grupa zajęć podstawowych** | | | |
| Społeczeństwo sieciowe | Wykład + Ćwiczenia | 30W + 15ĆW | 3 |
| Gospodarka cyfrowa i kwantowa | Wykład + Ćwiczenia | 30W + 15ĆW | 3 |
| Etyka w przestrzeni wirtualnej | Wykład + Ćwiczenia | 30W + 15ĆW | 3 |
| Mediamorfozy w XXI wieku | Wykład + Ćwiczenia | 30W + 15ĆW | 3 |
| Cyberpsychologia | Wykład + Ćwiczenia | 15W + 15ĆW | 2 |
| Mediatyzacja polityki i życia publicznego | Wykład + Ćwiczenia | 15W + 15ĆW | 2 |
| Cyberbezpieczeństwo i zarządzanie informacją | Wykład + Ćwiczenia | 15W + 15ĆW | 2 |
| **B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych** | | | |
| Mobile Journalism | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2,5 |
| E-Marketing | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Metody badań nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| New media technologies market  (Rynek nowych technologii medialnych) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mobile media affordances (Afordancje mediów mobilnych) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Webwriting i smartwriting | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| E-Public Relations | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kreowanie i organizacja wydarzeń w Sieci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Przestępczość, manipulacje i fake newsy w Sieci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Storytelling | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Design Thinking | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Warsztat kompetencji miękkich | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| **B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru** | | | |
| Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Architektura informacji | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Systemy zarządzania treścią (CMS) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Aplikacje internetowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Elektroniczne systemy multimedialne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Social media w e-gospodarce | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| HRM nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Zarządzanie finansami w mediach sieciowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Crowdfunding i media społecznościowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Rynek pracy absolwenta | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Grafika komputerowa | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Web Design | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Projektowanie graficzne dla social mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Desktop Publishing | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5) | | | |
| Strategie marketingowe w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Kryzys i sytuacje kryzysowe | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Współpraca z interesariuszami | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4) | | | |
| Zarządzenie reklamą w nowych mediach | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Copywriting | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Reklama natywna | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6) | | | |
| Filozofia w dobie nowych mediów | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Liternet (Literatura cyfrowa) | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mediatyzacja historii i pamięci | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| New Media Art | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Teatr i kino w cyberśrodowisku | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Muzyka a nowe media | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| **E1. Grupa zajęć ogólnouczelnianych obowiązkowych** | | | |
| Ochrona własności przemysłowej i prawo autorskie | Wykład | 10 | 0,5 |
| **E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru** | | | |
| Język obcy | Ćwiczenia | 30 | 2 |
| **F. Praktyka** | | | |
| Praktyka zawodowa | Praktyka | 3 miesiące | 15 |
| **H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego** | | | |
| Seminarium dyplomowe | Seminarium | 60 | 4 |
| Przygotowanie i złożenie pracy dyplomowej |  |  | 20 |
| **Razem:** | | **970**  oraz  3 miesiące  praktyki | **120** |

# 8. Praktyka:

W trakcie studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* studenci odbywają praktykę zawodową w podmiotach prowadzących działalność medialną lub okołomedialną – w łącznym wymiarze 3 miesięcy, tj. 375 godzin dydaktycznych (45 min). Za zaliczenie praktyki zawodowej student otrzymuje w sumie 15 punktów ECTS.

Tabela 5

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Wymiar czasowy i okres realizacji praktyk, punktacja ECTS** | | | |
| Rodzaj praktyki | Wymiar czasowy | Okres realizacji (semestr) | Liczba punktów ECTS |
| Praktyka zawodowa śródroczna | 1 miesiąc = 125 godzin | II | 5 |
| Praktyka zawodowa śródroczna | 1 miesiąc = 125 godzin | III | 5 |
| Praktyka zawodowa śródroczna | 1 miesiąc = 125 godzin | IV | 5 |
| **Razem:** | **3 miesiące = 375 godzin** | **II-IV** | **15** |

# 

# Szczegółowy opis formy i zasad odbywania praktyki zawodowej przez studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* zawierają: sylabus zajęć oraz Zasady studiowania, określone przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

# **9. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się:**

# Efekty uczenia się osiągnięte przez studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* są weryfikowane w ramach zajęć dydaktycznych, praktyki zawodowej oraz egzaminu dyplomowego.

# Szczegółowy opis metod sprawdzania i oceny efektów uczenia się w ramach zajęć dydaktycznych i praktyki zawodowej zawierają sylabusy tych zajęć (zob. załącznik nr 2).

# Szczegóły opis metod sprawdzania i oceny efektów uczenia się w ramach egzaminu dyplomowego zawierają Zasady studiowania, określone przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

# 10. Forma zakończenia studiów:

Warunkiem ukończenia studiów i uzyskania dyplomu ukończenia studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* jest uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie studiów, którym przypisano 120 punktów ECTS, pozytywna ocena pracy dyplomowej (magisterskiej) oraz złożenie egzaminu dyplomowego (magisterskiego).

# Szczegółowy opis zasad dyplomowania studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* znajduje się w Zasadach studiowania, określonych przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

**11. Aspekty programu studiów i jego realizacji, służące umiędzynarodowieniu**

Program studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* obejmuje następujące zajęcia prowadzone w języku obcym:

Tabela 6

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Zajęcia lub grupy zajęć prowadzone w języku obcym** | | | | |
| Nazwa zajęć lub grupy zajęć | Język wykładowy | Forma/formy zajęć | Łączna  liczba  godzin | Liczba punktów ECTS |
| **B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych** | | | | |
| New media technologies market  (Rynek nowych technologii medialnych) | Angielski | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| Mobile media affordances  (Afordancje mediów mobilnych) | Angielski | Zajęcia warsztatowe | 20 | 2 |
| **E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru** | | | | |
| Język obcy | Angielski,  niemiecki  lub rosyjski | Ćwiczenia | 30 | 2 |
| **Razem:** | | | **70** | **6** |

Zajęcia kierunkowe obowiązkowe, prowadzone w języku obcym, stanowią element atrakcyjny dla studentów zagranicznych, a w przypadku studentów polskich gwarantują osiągnięcie przez nich efektów uczenia się dotyczących umiejętności posługiwania się językiem obcym (efekty: K\_UK09, K\_UK10, K\_UO12).

Studenci kierunku *dziennikarstwo i nowe media* mogą odbyć część studiów w wybranej uczelni zagranicznej, z którą WF-P UTHRad. prowadzi wymianę w ramach programu Erasmus+. Pełna oferta tego programu znajduje się na [stronie Uczelni](https://uniwersytetradom.pl/aktualnosci/erasmus-2020-2021/) [dostęp 01.01.2021]. Zagraniczne uczelnie wyższe, z którymi WF-P UTHRad. współpracuje najintensywniej, to:

* Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf, Niemcy;
* Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Czeskie Budziejowice, Czechy;
* Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Turcja;
* Pannon Egyetem, Veszprém, Węgry;
* Pädagogische Hochschule, Linz, Austria;
* Sveučilište u Zagrebu, Zagrzeb, Chorwacja;
* Tallinna Ülikool, Tallin, Estonia;
* Universidad de Oviedo, Oviedo, Hiszpania;
* Universidad de Vigo, Vigo, Hiszpania;
* Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugalia;
* Universitatea Ștefan cel Mare, Suczawa, Rumunia;
* Universitatea Transilvania din Brașov, Braszów, Rumunia;
* Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Nitra, Słowacja;
* Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Bańska Bystrzyca, Słowacja;
* Univerzita svätého Cyrila a Metoda v Trnave, Słowacja.