

WYKAZ ZAJĘĆ

dla cykli kształcenia rozpoczynających się od roku akademickiego 2025/2026

Nazwa kierunku studiów: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

Specjalności:

- e-dziennikarstwo
- realizacja radiowo-telewizyjna
- reklama, branding, public relations

Poziom studiów: STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA

Profil: PRAKTYCZNY

Forma studiów: STACJONARNA

1. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla kierunku *Dziennikarstwo i komunikacja społeczna* z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. podstawowy, kierunkowy, kształcenia ogólnego)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	Filozofia mediów	H			kształcenia ogólnego	60	6	Treść wykładów obejmuje trzy cykle tematyczne: 1. Wprowadzenie do filozofii: celem tego cyklu, który ma charakter propedeutyczny, jest wprowadzenie w podstawowe pojęcia filozoficzne, zasady myślenia filozoficznego oraz podstawy metodologiczne filozofii. 2. Wybrane zagadnienia z filozofii systematycznej: celem tego cyklu jest prezentacja podstawowych	D1pK_W05 D1pK_W15 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U18 D1pK_K07 D1pK_K08 D1pK_K16

							zagadnień i problemów filozoficznych oraz ukazanie prób ich rozwiązania przez różne nurty i kierunki filozoficzne w kontekście komunikacji społecznej. 3. Trzecia część zajęć obejmuje zagadnienia komunikowania społecznego i mediów w kontekście filozofii. Celem tego cyklu jest analiza m.in. następujących zagadnień: przestrzeń analiz logosu i etosu mediów, medialny dyskurs etyczny, osoba źródłem komunikacji, interpodmiotowa przestrzeń relacji komunikacyjnych, manifestacja osoby w kulturze medialnej, podstawy logosu mediów, personalistyczny paradygmat teorii i praktyki komunikacji społecznej, perspektywy cywilizacji medialnej, Filozoficzne płaszczyzny wyzwań nowych mediów, modele relacji człowieka do mediów, człowiek w przestrzeni medialnego determinizmu, media przestrzenią kultywacji postaw, człowiek w „teatrze” interakcyjnej komunikacji, medialna teoria ważności – teoria <i>agenda setting</i>, <i>cultural turn</i> mediosfery, filozoficzny wymiar kultury medialnej, postmodernistyczna „filozofia mediów”. Struktura i problematyka podanych wyżej cykli tematycznych gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi metodologicznych oraz przygotowanie merytoryczne do samodzielnej oceny oraz	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

								możliwości rozwiązywania problematyki filozoficznej, etycznej, społecznej w kontekście problematyki medialnej. Wykłady zawierają przegląd zagadnień filozoficznych w perspektywie historycznej i systematycznej, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki antropologicznej, poznawczej i aksjologicznej. Program ćwiczeń obejmuje zagadnienia , których tematyka została podana przy charakterystyce drugiego i trzeciego cyklu wykładów, m.in. 1. Prawda wartością i celem poszukiwań człowieka. 2. Człowiek jest istotą tragiczną. 3. Człowiek żyje w świecie wartości. 4. Bóg w życiu człowieka. 5. Być szczęśliwym. 6. Wybierać dobro. 7. Człowiek we wszechświecie. 8. Granice ludzkiej wiedzy. 9. Nadzieja nieśmiertelności. 10. Kochaj i czyń, co chcesz. 12. Przyjąć odpowiedzialność za odpowiedzialność. 13. Człowiek jest istotą dialogu. 14. Być tolerancyjnym. 15. Człowiek wobec maszyny.	
2.	Socjologia				kształcenia ogólnego	30	3	Treści programowe obejmują: 1. Dostarczenie wiedzy o podstawowych pojęciach socjologicznych i rozwoju koncepcji teoretycznych w socjologii. 2. Wykształcenie umiejętności analizy zjawisk i procesów społecznych. 3. Wykształcenie umiejętności postrzegania społecznego wymiaru	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U06 D1pK_K01 D1pK_K02

								zjawisk i procesów gospodarczych, politycznych i kulturowych (Źródła wiedzy socjologicznej – podstawowe dylematy badacza społecznego; Poziom mikrospołeczny. Działania społeczne. Interakcje. Małe grupy społeczne; Poziom mezospołeczny. Społeczności lokalne. Organizacje; Poziom makrospołeczny. Struktura społeczna; Dawne i współczesne procesy społeczne. Zmiana społeczna).	D1pK_K14
3.	Organizacja i misja uniwersytetu			P	kształcenia ogólnego	5	1	Wprowadzenie w system Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Zasady funkcjonowania administracji. Nauczanie na poziomie uniwersyteckim. Wymagania, przepisy, regulaminy oraz prawa i obowiązki studenta Wydziału Nauk o Komunikacji Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie. Wprowadzenie studentów w misję uniwersytetu i uniwersytecki etos.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W08 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_U22 D1pK_K07 D1pK_K08 D1pK_K10
4.	Katolicka nauka społeczna				kształcenia ogólnego	30	4	Celem jest wypracowanie praktycznej metody obecności katolika w życiu publicznym, zgodnie z metodą: „widzieć – ocenić – działać”. Dotyczy to umiejętności zauważenia istotnego współczesnego problemu społecznego (jakim jest tzw. „błąd antropologiczny” w polityce i życiu ekonomicznym), jak i personalistycznej analizy sytuacji życia rodzinnego, narodowego, politycznego i ekonomicznego zarówno w Polsce, jak i w świecie. Wobec konkretnych zagadnień	D1pK_W07 D1pK_W18 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K11 D1pK_K13 D1pK_K16

								i problemów społecznych (jak np. globalizacja, sekty, ideologie, nacjonalizmy, cyberseks, cywilizacja informatyczna, mity demokracji, itp.) student powinien umieć zachować pozycję obserwatora, podjąć rolę analityka i aktywnego uczestnika ewentualnej dyskusji.	
5.	Duchowość w relacjach społecznych				kształcenia ogólnego	30	3	Prezentacja duchowości w różnych relacjach społecznych oraz jej wpływ na osobę i społeczeństwo. Znajomość podstawowych zasad duchowości w jej odniesieniu do kwestii społecznych. Podczas wykładów omawiane będą następujące zagadnienia: 1. Duchowość. 2. Duchowość chrześcijańska. 3. Sześć relacji. 4. Maryja. 5. Nawrócenie – nawrócenia – nawróceni. 6. Świętość. 7. Kapłaństwo. 8. Duchowość małżeństwa i rodziny. 9. Duchowość młodzieży i ŚDM. 10. Muzyka, książki, filmy, obrazy... 11. Prześladowania. 12. Pielgrzymowanie. 13. Kościół i cywilizacja. 14. Europa: świecka czy chrześcijańska. 15. Islam/islamizacja.	D1pK_W01 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K15
6.	Historia Polski XX i XXI wieku	H			kształcenia ogólnego	30	3	Student poznaje najważniejsze wydarzenia historii Polski XX i XXI wieku, spory o drogę do niepodległości, wysiłki zbrojne podczas obu wojen światowych, walkę o granice, budowę systemu politycznego przed i po zamachu	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W05 D1pK_U02 D1pK_U08 D1pK_U13

							majowym, najważniejsze osiągnięcia dwudziestolecia międzywojennego (życie publiczne, gospodarka, kultura). Student poznaje okoliczności ustanowienia w Polsce systemu komunistycznego i jego formy za rządów kolejnych I sekretarzy PZPR. Student zna wpływ osoby i pontyfikatu Jana Pawła II na przemiany w Polsce. W zakresie historii po 1989 roku student poznaje kluczowe przemiany ustrojowe, gospodarcze i społeczne stanowiące o obliczu współczesnej Polski, w tym np. dołączenie do NATO. Student poznaje wydarzenia pierwszego ćwierćwiecza XXI wieku, m.in. takie jak przystąpienie Polski do UE, katastrofa smoleńska, pandemia SARS-CoV-2.	D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K10
--	--	--	--	--	--	--	---	---

7.	Współczesne systemy polityczne				kształcenia ogólnego	30	3	Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w zagadnienia funkcjonowania współczesnych demokratycznych systemów politycznych. Student zna i rozumie zasadnicze kierunki przemian i tendencje rozwoju współczesnych państw (władza ustawodawcza i wykonawcza, systemy wyborcze, grupy interesu, sądowa kontrola konstytucyjności prawa). Prezentowane są zachodnie systemy w aspekcie analizy porównawczej oraz konkretne instytucje i procesy polityczne współczesnego świata.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K06
8.	Wstęp do metodologii badań medioznawczych			P	kształcenia ogólnego	30	2	Zapoznanie słuchaczy z podstawową terminologią z zakresu metodologii badań oraz zasadami konstruowania projektu badawczego. Treści kształcenia obejmują definiowanie nauki, metody naukowej, podejść do "uprawiania nauki", podział nauk, etapy postępowania badawczego, zagadnienie badań naukowych, teorii naukowej oraz charakterystykę wybranych metod i technik badawczych, a także problemy z prowadzeniem badań społecznych i medialnych.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K05
9.	Psychologia społeczna				kształcenia ogólnego	30	4	Zapoznanie studentów z podstawowymi informacjami na temat funkcjonowania człowieka w sytuacji społecznej. Zagadnienia: 1. Psychologia jako nauka: definicja psychologii i status metodologiczny (przedmiot, cel, metody). 2. Psychologia społeczna: definicja i metody stosowane w psychologii społecznej.	D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W15 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K07 D1pK_K10

								3. Główne podejścia teoretyczne w psychologii społecznej: perspektywa poznawcza (teoria pola Lewina, teoria ról społecznych Jamesa, Baldwina, Maeda, Halla, teoria dysonansu poznawczego Festingera, teoria równowagi jednostek poznawczych Heidera), perspektywa motywacyjna (Freud: mechanizmy obronne racjonalizacja i identyfikacja), perspektywa teorii uczenia się (Pawłow, Thorndike, Skinner: warunkowania), perspektywa społeczno-kulturowa, perspektywa ewolucjonistyczna (etologia i socjobiologia – Wilson). 4. Wiedza i sądy o świecie społecznym: reprezentacje wiedzy w umyśle (Paivio, Pylyshyn, Kosslyn, Johnson-Laird), pojęcia, schematy poznawcze, skrypty poznawcze, umysłowe reprezentacje emocji, funkcje emocji. 5. Teorie atrybucji: teoria Heidera, teoria Jonesa i Davisa, teoria Kelleya, podstawowe błędy atrybucji. 6. Postawy: definicje postawy, geneza, struktura i funkcje postaw. 7. Altruizm: podejście behawioralne, psychoanalityczne, poznawcze i humanistyczne. 8. Agresja: jako instynkt, jako popęd, jako rezultat uczenia się, wyznaczniki agresji. 9. Grupa społeczna: definicja i cel grupy, normy grupowe, struktury grupowe, kierownictwo grupowe. 10. Wychowanie, manipulacja, ingracja.	D1pK_K11
--	--	--	--	--	--	--	--	--	----------

10.	Ekonomia i finanse				kształcenia ogólnego	30	4	Treści programowe obejmują zagadnienia takie jak: 1. Wprowadzenie – podstawowe pojęcia i przedmiot ekonomii, współczesne systemy społeczno-gospodarcze, główne nurty współczesnej ekonomii. 2. Gospodarka towarowa. Towar i jego właściwości. 3. Analiza rynku: popyt i krzywa popytu, podaź i krzywa podaży, relacje między ceną, popytem i podażą, równowaga rynkowa, cena równowagi. 4. Przedsiębiorstwo jego istota i rodzaje ze względu na różne kryteria. 5. Teoria produkcji i kosztów. 6. Rynek finansowy: struktura rynku finansowego, rynek pieniężny, rynek kapitałowy, rola pośredników finansowych. 7. Rozwój zrównoważony – istota, uwarunkowania, stopień wdrażania we współczesnym świecie. 8. Główne kategorie i pojęcia makroekonomii: produkt krajowy brutto PKB i dochód narodowy (DN), rachunek PKB i DN. 9. Rola państwa w gospodarce rynkowej. Budżet państwa. 10. Wzrost i rozwój gospodarczy, czynniki przyspieszające tempo wzrostu oraz bariery. 11. Równowaga gospodarcza. Cykl koniunkturalny – porównanie cyklu klasycznego i jego zmian po II wojnie światowej. 12. Proces inflacji – istota, przyczyny, rodzaje i możliwości ograniczania. 13. Rynek pracy, systemy płac.	D1pK_W11 D1pK_W12 D1pK_W21 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_U21 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K06
-----	--------------------	--	--	--	-------------------------	----	---	--	--

								14. Bezrobocie – jego przyczyny, rodzaje, możliwości ograniczania. 15. Proces integracji gospodarczej w świecie ze szczególnym uwzględnieniem Europy.	
11.	Wstęp do nauki o komunikowaniu				kierunkowy	30	3	Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami z zakresu nauki o komunikowaniu. Zapoznanie studentów z koncepcjami i najważniejszymi nurtami współczesnej nauki o komunikowaniu oraz nauki o mediach. Przekazanie wiedzy z zakresu komunikowania interpersonalnego, komunikowania w grupie, komunikowania masowego. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują: pojęcie komunikacji; cechy komunikowania; podstawowe typologie komunikowania; pojęcie i rodzaje komunikowania społecznego, elementy procesu komunikowania – nadawca, odbiorca, komunikat, kontekst; elementy procesu komunikowania – kod, kanał, szumy komunikacyjne, sprzężenie zwrotne; poziomy komunikowania – charakterystyka; fazy procesu komunikowania, kodowanie, dekodowanie (konotacja, denotacja); kompetencje językowe; kompetencje komunikacyjne; skuteczność i stosowność komunikowania; komunikowanie informacyjne; komunikowanie perswazyjne; komunikowanie werbalne (mowa, pismo); komunikowanie niewerbalne – wprowadzenie.	D1pK_W01 D1pK_W14 D1pK_W18 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U13 D1pK_K01 D1pK_K07 D1pK_K10

12.	Media w nauczaniu Kościoła				kierunkowy	30	3	1. Historia relacji Kościoła z mediami zwieńczona stosunkiem do mediów Leona XIII – papieża prasy i Piusa XII, encykliką Miranda prorsus o filmie, radiu i telewizji – summa przedsoborowego nauczania o mediach. 2. Teologia mass mediów na podstawie instrukcji duszpasterskich: Communio et progressio (23 V 1971) i Aetatis nova (22 II 1992). 3. Kino – "przeżycie religijne", na podstawie: Ateistyczne urojenie: https://www.youtube.com/watch?v=Vxq-9nUL-fc. 4. Dekret Inter Mirifica o środkach społecznego przekazu zatwierdzony na Soborze Watykańskim II (1962–1963) – dzieło Ducha Świętego podjętym przez Jana XXIII. 5. Dzień Środków Społecznego Przekazu (1967–) zainicjowany przez Pawła VI kontynuatora Vaticanum II. 6. Nauczanie Jana Pawła II zwieńczone medialnym "testamentem" o Internecie – Szybki rozwój. 7. Fenomen medialny pontyfikatu św. Jana Pawła II – dziennikarza w okresie krakowskim (zasady i prymaty zrekonstruowane w latach 1949–1978). 8. Nauczanie Benedykta XVI o prymacie etyki nad techniką w infosferze. 9. Papież Franciszek do dziennikarzy o hermeneutyce: "Mówię to, by wam pomóc" (13.07.2015).	D1pK_W01 D1pK_W10 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U19 D1pK_K01 D1pK_K10 D1pK_K12
-----	----------------------------	--	--	--	------------	----	---	---	--

							10. Dokumenty i działalność Papieskiej (Komisji) Rady ds. Środków Przekazu. 11. Normy Kodeksu Prawa Kanonicznego dot. mediów (kan. 666, 747, 761, 779, 804, 822–823, 1063, 1369). 12. Natura mediów według Katechizmu Kościoła Katolickiego (pkt. 2493–2499). 13. Media katolickie "znaki czasu" (ingerencja Ducha Świętego w dzieje ludzkości) – terminologia, cel i zadania oraz cechy szczególne. 14. Polskie i światowe media katolickie, czyli przekaz wiary za pośrednictwem techniki i współczesnej kultury – w oczach studentów UPJPII w Krakowie. 15. Profesja dziennikarza: zawód czy misja?		
13.	Kultura języka mediów	H (1)		P	kierunkowy	30	3	Zapoznanie studentów z podstawowymi dla kultury języka mediów terminami (kultura języka, norma językowa, system językowy, język mediów, kompetencja językowa, kompetencja komunikacyjna, innowacja językowa, błąd językowy), a także wyposażenie ich w podstawową wiedzę i umiejętności pozwalające na własną ocenę zjawisk językowych w mediach w kontekście obowiązującej normy. Uwrażliwienie słuchaczy na poprawność i piękno języka polskiego i zachęcenie ich do samokształcenia się w sprawach polszczyzny. Treści programowe obejmują zagadnienia takie jak:	D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_U11 D1pK_U17 D1pK_U20 D1pK_U24 D1pK_K05 D1pK_K08

								1. Kultura języka jako część ogólnej kultury człowieka. 2. Kultura języka jako część świadomości człowieka nt. roli języka polskiego. 3. Kultura języka w ujęciu opisowym, normatywnym, terminologiczno-językoznawczym. 4. Kultura języka jako działalność językowo-kulturalna (ustalenie i opis normy, polityka językowa i pedagogika językowa, czyli udzielanie porad językowych i ocena normatywna elementów tekstów). 5. Dwa poziomy normy językowej (norma wzorcowa i norma użytkowa). 6. Najczęstsze typy błędów językowych w mediach, mechanizmy ich powstawania i sposoby eliminowania. 7. Rozpoznawanie i korekta błędów językowych, poprawność artykulacyjna, fleksyjna i składniowa, leksykalna i frazeologiczna, stylistyczna, ortograficzna i interpunkcyjna). 8. Kryteria poprawności językowej. 9. Odmiany i style współczesnej polszczyzny. 10. Jakość współczesnej polszczyzny w tekstach dziennikarskich (analiza poprawnościowa). 11. Dlaczego dziennikarz musi znać bardzo dobrze język polskim, którym się posługuje w mediach.	
14.	Historia mediów				kierunkowy	60	6	Zaznajomienie z fazami rozwoju mediów i ich przeobrażeń tak na przestrzeni dziejów, jak	D1pK_W01 D1pK_W06

								i w kontekście zjawisk społecznych. Zdobyć umiejętności opisu kształtowania kultury medialnej oraz rozwoju sposobów komunikowania się ludzi poprzez różnego rodzaju media w ujęciu historycznym. W wyniku przeprowadzonych zajęć student identyfikuje fazy historyczne rozwoju mediów, nazywa i definiuje komunikaty i epoki historyczne związane z komunikowaniem się człowieka. Definiuje poszczególne media i nazywa odpowiednio rodzaje gatunków przekazu w poszczególnych rodzajach medialnych. Ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o mediach, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk. Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie działań komunikacyjnych, mających na celu tworzenie więzi społecznych, budowania wspólnoty, organizowanie struktur komunikowania społecznego; ma wiedzę w zakresie podstawowych społecznych struktur komunikowania oraz zna działania i funkcjonowanie człowieka w instytucjach komunikowania społecznego. Student porządkuje wiedzę historii mediów w kontekście ogólnej historii, rozwija znajomość istotnych dla dziennikarza zmian cywilizacyjnych w kontekście medialnym. Umie krytycznie spojrzeć na proces wytwarzania komunikatów medialnych.	D1pK_W11 D1pK_U07 D1pK_U11 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K08
15.	Gatunki dziennikarskie				kierunkowy	30	3	Celem zajęć jest nabycie umiejętności rozpoznawania	D1pK_W06 D1pK_W14

								i stosowania gatunków dziennikarskich, dostosowania formy językowej do najpełniejszego i najlepszego przedstawienia tematu, operowania indywidualnym stylem w ramach formy dziennikarskiej. Przedstawione zostaną definicje, typologia, historia rodzajów i gatunków dziennikarskich oraz charakterystyka gatunków w obrębie podziału na informację i publicystykę. Wskazana zostanie przydatność teoretycznej wiedzy na ten temat w praktyce dziennikarskiej. Omówione zostaną wyznaczniki prasowości i medialności. Zajęcia uzupełni analiza tekstów i ich ocena oraz ćwiczenia praktycznego tworzenia różnych form gatunkowych.	D1pK_W19 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_K01 D1pK_K02
16.	Medialne technologie informacyjne			P	kierunkowy	30	2	Celem przedmiotu jest przekazanie niezbędnych wiadomości o współczesnych technikach informacyjnych. Przedstawione zostaną zagadnienia związane z komunikowaniem się przy użyciu sieci internet. Zaprezentowane zostaną zasady korzystania z komputerowych katalogów bibliotecznych, elektronicznych baz danych i bibliotek on-line. Kurs ma za zadanie przekazanie praktycznych umiejętności obsługi programów typu: edytor tekstów (na przykładzie Microsoft Word), arkusz kalkulacyjny (na przykładzie Microsoft Excel), program do tworzenia prezentacji multimedialnych (na przykładzie Microsoft PowerPoint). Zaprezentowane zostaną również	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U11 D1pK_U12 D1pK_U13 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K09

								programy do tworzenia baz danych (Microsoft Access) oraz programy graficzne (pakiet CorelDraw Graphic Suite X3). W ramach ćwiczeń student zaznajomi się z zagadnieniami: I. Internet – historia i teraźniejszość. Społeczeństwo informacyjne. 1. Wyszukiwarki internetowe na przykładzie http://www.google.com – jak znaleźć to, czego się szuka. 2. Wyszukiwanie w grupach dyskusyjnych, forach internetowych. 3. Korzystanie z komputerowego katalogu biblioteki na przykładzie Biblioteki Jagiellońskiej. 4. Podstawowe bazy danych pomocne w badaniach naukowych (EBSCO, Library of Congress, Crossro-ads, Questia itp.). II. Praca z edytorem tekstu na przykładzie Microsoft Word: 1. Tworzenie nowego dokumentu, praca z szablonami, podstawowe funkcje. Praca ze stylami, tworzenie list numerowanych. Praca z sekcjami, nagłówki i stopki. 2. Komentowanie, wstawianie obiektów, formatowanie rysunków, spis rysunków, wstawianie symboli. Tabele, zakładki, hiperłącza. III. Praca z arkuszami kalkulacyjnymi na przykładzie programu Microsoft Excel: 1. Budowa i zasady poruszania się po arkuszu. Rodzaje danych. Podstawowe komendy i funkcje arkusza, operacje na tabelach. Wykonywanie obliczeń.	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

								Podstawowe operacje na danych (dodawanie, odejmowanie, mnożenie, dzielenie, potęgowanie). 2. Adresowanie względne i bezwzględne formuł. Graficzna prezentacja danych z arkusza. Funkcje statystyczne: SUMA, ŚREDNIA, MAX, MIN, LICZ. JEŻELI itp. ich działanie i składnia. Funkcje warunkowe: JEŻELI, ORAZ, LUB. IV. Przygotowywanie prezentacji na przykładzie Microsoft PowerPoint: 1. Tworzenie prezentacji: slajdy, podstawowe elementy tekstowe i graficzne, wstawianie wykresów, tabel, tworzenie schematów, animacje, wstawianie elementów multimedialnych. Schematy slajdów. Tworzenie prezentacji przenośnych. V. Bazy danych na przykładzie programu Microsoft Access. VI. Programy graficzne na przykładzie pakietu CorelDraw Graphic Suite X5.	
17.	Retoryka dziennikarska			P	kierunkowy	30	2	1. Poznanie werbalnych i niewerbalnych środków komunikacji. 2. Opanowanie organizacji tekstu pisanego i mówionego (wygłaszanego). 3. Zaznajomienie z etyką mówienia (wypowiedzi), w tym przede wszystkim stosownością, skutecznością, uczciwością, etykietą językową. 4. Rozwijanie świadomego i krytycznego odbioru tekstów dziennikarskich. 5. Stosowanie etykiety językowej.	D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U19 D1pK_U20 D1pK_K01 D1pK_K07 D1pK_K12

								6. Praca redakcyjna z tekstem własnym i cudzym. 7. Rzetelne i skuteczne uczestniczenie w dialogu, polemice, negocjacjach; etyka mówienia. 8. Próby wystąpień publicznych (np. przemawianie, prezentowanie serwisu informacyjnego, wygłaszanie referatów, świadome posługiwanie się gestykulacją i mimiką).	
18.	Warsztaty DTP			P	kierunkowy	30	2	Zajęcia mają na celu zapewnienie studentom podstawowej wiedzy na temat sposobów i technik przygotowywania różnego rodzaju publikacji, niekoniecznie tylko papierowych, bo przecież te same lub bardzo podobne zasady co przy druku obowiązują np. przy przygotowywaniu publikacji elektronicznych (strony www, multimedia). Dodatkowo przewidziane są informacje na temat szerszego wykorzystania komputera jako elementu warsztatu dziennikarskiego (wyszukiwanie i weryfikacja informacji, własne strony www, blogi itp.). Zagadnienia: 1. Podstawy projektowania (makieta – layout) – zagadnienia techniczne i estetyczne. 2. Organizacja pracy wydawnictwa redakcji i studia graficznego. 3. Uwagi na temat doboru sprzętu i oprogramowania. 4. Przygotowywanie tekstów do druku (redakcja, korekty, obróbka wstępna, skład i łamanie).	D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_W19 D1pK_U07 D1pK_U09 D1pK_U16 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K14

								5. Zasady dobrego składu vs. zestawienie najpowszechniejszych błędów. 6. Praca z tekstami wielojęzycznymi, specjalistycznymi itp. 7. Elementy typografii (rodzaje czcionek). 8. Grafika wektorowa i rastrowa (przede wszystkim 2D). 9. Formaty plików graficznych (jpg, tiff, eps). 10. Przestrzenie kolorystyczne CMYK i RGB. 11. Zasady tworzenia publikacji tekstowo-graficznych (rzemiosło i „artyzm”). 12. Postscript i pdf (Acrobat Distiller i Reader). 13. Montaż elektroniczny, prepress, CTP. 14. Techniki druku tradycyjnego i cyfrowego, w tym aspekty ekonomiczne.	
19.	Źródła informacji dziennikarskiej			P	kierunkowy	30	2	1. Znaczenie umiejętności dotarcia do źródeł informacji i ich wykorzystania w pracy dziennikarza. 2. Dziennikarz jako odbiorca i (wtórne) źródło informacji. 3. Zdefiniowanie pojęcia: „źródło informacji”. 4. Klasyfikacja źródeł informacji. 5. Wywiad jako podstawowe źródło informacji w pracy dziennikarza. 6. Zasady doboru rozmówców, techniki pozyskiwania informacji. 7. Konferencja prasowa jako źródło informacji dziennikarskiej, jej organizacja, wady i zalety. 8. Internet jako źródło informacji: wyszukiwarki internetowe, encyklopedie internetowe, zasada	D1pK_W03 D1pK_W10 D1pK_W22 D1pK_U07 D1pK_U09 D1pK_U15 D1pK_K03 D1pK_K11 D1pK_K15

							ograniczonego zaufania do internetowych źródeł informacji. 9. Zasoby biblioteczne, posługiwanie się informacją bibliograficzną, różnego rodzajami informatorów, wydawnictw encyklopedycznych, roczników statystycznych, kompendiów, baz danych. 10. Problem aktualności danych. 11. Agencje prasowe i media (radio, telewizja, czasopisma, prasa codzienna) jako źródła informacji dla dziennikarza. 12. Źródła informacji historycznej: materiały IPN, zasoby archiwów państwowych, muzea. 13. Biuletyn Informacji Publicznej. 14. Źródła informacji w pracy reportera: obserwacja, obserwacja uczestnicząca. 15. Reportaż wcieleniowy; prowokacja dziennikarska. 16. Źródła informacji w pracy dziennikarza działu miejskiego: rzecznicy prasowi, policja, prokuratura, służby komunalne, informacje od czytelników itp.; nieformalne źródła informacji (anonimy). 17. Prawne i etyczne problemy, związane z uzyskiwaniem dostępu i korzystaniem ze źródeł informacji; prawo prasowe, kodeksy etyki dziennikarskiej. 18. Zasada ochrony informatora w teorii i praktyce ograniczenia w dostępie do źródeł informacji: różnego rodzaju definiowane prawnie rodzaje tajemnic.	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

								19. Historyczna rola cenzury jako bariery w dostępie i wykorzystywaniu źródeł informacji. 20. Weryfikacja informacji; zagrożenie manipulacją (informacja sterowana).	
20.	Warsztaty dziennikarstwa prasowego			P	kierunkowy	30	2	Treść zajęć obejmuje zapoznanie studentów z zasadami pracy dziennikarza prasowego. Opracowanie tekstów i przygotowanie roboczej makiety czasopisma (w lssuu). Zagadnienia poruszane podczas zajęć: 1. Struktura redakcji prasowej. 2. Tematy ważne i zastępcze w mediach. 3. Inaczej o tym, co już było – oryginalność ujęcia tematu. 4. Jak przygotować reportaż prasowy (tytuł, tekst, zdjęcia). 5. Detal, zbliżenie, portret – emocje na zdjęciu. Różnicowanie planów w fotoreportażu. Zasady rozmieszczania zdjęć w czasopiśmie (kierunki, plany). Przykłady. 6. Felieton. Żart w publicystyce. Zarządzanie emocjami w przekazach prasowych. 7. „Zemsta Błazna” /”Zawodowcy w Sieci. Magazyn Łowców Trolli” – czasopismo satyryczne. Opracowanie zawartości jednego numeru (stałe działy, grafika, komiks, żarty rysunkowe, felietony humorystyczne, dowcipy obyczajowe i polityczne). 8. Omówienie czasopisma przygotowanego przez studentów.	D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_U08 D1pK_U10 D1pK_U21 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K12
21.	Warsztaty dziennikarstwa radiowego			P	kierunkowy	30	2	Po ukończeniu warsztatów dziennikarstwa radiowego student	D1pK_W06 D1pK_W14

							powinien wykazać się podstawowymi umiejętnościami technicznymi w zakresie obsługi sprzętu, montowania materiałów dźwiękowych, konstruowania informacji i budowy najważniejszych form radiowych: serwisu, wywiadu, reportażu, audycji. Praktyczne zajęcia przygotowują studenta do samodzielnej pracy nad dokumentacją merytoryczną, realizacją i organizacją materiału dźwiękowego takich gatunków radiowych jak: serwis informacyjny, publicystyka społeczna, polityczna i kulturalna, wywiad, reportaż radiowy, audycja dokumentalna, a także dyskusja w studio. Uczestnik zajęć zapozna się z funkcjonowaniem redakcji radiowej, sposobami zdobywania i selekcji informacji, doboru rozmówców, koniecznością dbałości o atrakcyjność przekazu, jego poprawność merytoryczną i językową oraz działania pod presją czasu. Celem warsztatów jest także poznanie specyfiki pracy reportera radiowego, prezentera i serwisanta. Zajęcia uczą także twórczego myślenia, dźwiękowej realizacji pomysłów na temat audycji oraz pracy zespołowej. Po ukończeniu warsztatów student będzie znał zasady pracy z mikrofonem, emisji głosu oraz zachowania się w studio radiowym. W programie warsztatów przewidziana jest także wizyta w redakcji Radia VOX FM i dyskusja na temat kształtu radiofonii katolickiej w Polsce.	D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U10 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K10 D1pK_K12
--	--	--	--	--	--	--	--	---

22.	Podstawy public relations				kierunkowy	30	3	Celem zajęć jest szczegółowe zapoznanie studentów z poszczególnymi teoriami dotyczącymi pojęcia głównego oraz pojęć szczegółowych dotyczących public relations. W dalszym ciągu celem pokrewnym jest zapoznanie studentów z zagadnieniami składającymi się na szerokie spectrum działań związanych z budowaniem relacji z otoczeniem. Po wstępnych zajęciach związanych z blokiem teoretycznym nastąpi zapoznanie studentów z praktycznymi aspektami wykorzystania metod, technik i narzędzi PR w praktyce branżowej. Ostatecznie celem nadrzędnym będzie zaznajomienie słuchaczy z wiedzą na temat samodzielnego realizacji kampanii MR, kampanii wizerunkowych, eventów i innych określanych ogólnie mianem public relations. Po ukończeniu kursu słuchacz z łatwością będzie umiał zdefiniować podstawowe pojęcia z zakresu PR, ale przede wszystkim nie tylko w teorii, ale i w praktyce będzie umiał się nimi posługiwać i wdrażać je w praktyce zawodowej.	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U04 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K05 D1pK_K07 D1pK_K14
23.	Współczesne media na świecie				kierunkowy	30	3	Kurs „Współczesne media na świecie” obejmie omówienie problematyki środków masowego komunikowania, tj. prasy drukowanej, radiofonii oraz telewizji w wybranych krajach. Celem kursu jest zapoznanie studentów z kształtem współczesnych systemów medialnych, ich charakterystyką,	D1pK_W02 D1pK_W07 D1pK_W09 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K03

							rozwiązaniami w dziedzinie mediów publicznych oraz najważniejszymi (w odniesieniu do każdego z omawianych państw) instytucjami medialnymi, tytułami prasowymi, rozgłośniami radiowymi i stacjami telewizyjnymi. Każde zajęcie dotyczyć będą innego kraju, co umożliwić ma kompleksowe i spójne omówienie współczesnych środków przekazu w każdym z nich. Na wstępie przedstawione zostanie zagadnienie narzędzi komunikowania międzynarodowego. Oznacza to omówienie najważniejszych, międzynarodowych instytucji związanych z mediami masowymi: światowych agencji informacyjnych, międzynarodowych rozgłośni radiowych oraz globalnych sieci telewizyjnych, jak również omówienie zjawiska łączności satelitarnej. W dalszej kolejności poruszona zostanie tematyka systemów mediów publicznych, jak i najważniejszych mediów prywatnych (komercyjnych) w wybranych państwach. Będą to kolejno: Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Hiszpania, Szwecja, Norwegia. Jedne z zajęć poświęcone zostaną także problematyce cyfryzacji mediów w Europie i zmianom, jakie dla mediów masowych niesie ze sobą rozpowszechnianie Internetu. W wyniku ukończenia kursu „Współczesne media na świecie” studenci zdobędą wiedzę dotyczącą rynków medialnych w krajach	D1pK_K08
--	--	--	--	--	--	--	---	----------

								będących tematami wykładów. Ponadto będą oni potrafili opisać i scharakteryzować media działające w poszczególnych państwach, w tym najważniejsze tytuły prasowe, stacje radiowe i telewizyjne. Prócz tego, studenci nabędą wiedzę umożliwiającą im dokonanie porównania funkcjonowania w wybranych krajach mediów publicznych oraz dotyczących tychże mediów rozwiązań systemowych (instytucji kontrolnych, zadań mediów publicznych, uzależnienia mediów publicznych od władzy etc.).	
24.	Stylistyka dziennikarska			P	kierunkowy	30	2	Treści wykładów obejmują: 1. Zaznajomienie z podstawami stylistyki. 2. Nabycie umiejętności pozwalających znaleźć się w różnych sytuacjach komunikacyjnych. 3. Wychowanie stosownych postaw wobec zjawisk językowych różnej natury oraz umiejętności działań językowych dla osiągnięcia odpowiednich skutków praktycznych. 4. Kształcenie umiejętności formułowania myśli i przekazywania ich innym. 5. Poznanie sposobów wywierania wpływu. 6. Wytworzenie określonych umiejętności zachowań językowych; sytuacje dialogu, monologu; sytuacje oficjalne i nieoficjalne; kontakt bezpośredni i pośredni. 7. Uwrażliwienie na relacje tekstowe w określonym kontekście	D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U19 D1pK_U20 D1pK_K02 D1pK_K07 D1pK_K12

								(otoczenie kontekstowe zależne od nadawcy – kreatora sytuacji).	
25.	Warsztaty dziennikarstwa telewizyjnego			P	kierunkowy	30	2	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do pracy z zawodowym operatorem kamery i montażystą. Umiejętność redagowania swoich pomysłów na własny program telewizyjny (eksplikacja i scenariusz). Umiejętność posługiwania się podstawowymi terminami realizacji telewizyjnej. Nagranie zapowiedzi autorskiego programu telewizyjnego oraz rozmowy z gościem w studiu. Zagadnienia poruszane podczas zajęć: 1. Podstawowe terminy dziennikarstwa telewizyjnego. 2. Zasady pracy ekipy na planie filmowym i w studiu telewizyjnym. 3. Wizualizacja tematu. 4. Dokumentacja programu. 5. Eksplikacja i scenariusz. 6. Sztuka zadawania pytań. 7. Jak pisać komentarze i "białą" do studia? 8. Materiały ilustracyjne w programie (grafika, filmy, zdjęcia). 9. Przygotowanie do montażu. Syntetyzer programu. 10. Mowa ciała i podstawy wizażu. 11. Nagranie zapowiedzi autorskiego programu w studiu. 12. Rozmowy w studiu z zaproszonym gościem – nagranie. 13. Nagranie czołówki i montaż programów wcześniej nagranych. 14. Omówienie ćwiczeń w studiu. 15. Obsługa promptera. Ćwiczenia dykcji i prezentacji przed kamerą.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U07 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K13

26.	Warsztaty dziennikarstwa internetowego			P	kierunkowy	30	2	Przedstawienie studentom w jak najpełniejszy sposób najbardziej współczesnego gatunku dziennikarskiego, jakim jest dziennikarstwo internetowe, wraz z praktyczną prezentacją metod działania dziennikarza/redaktora internetowego. Zaznajomienie studentów z zagadnieniami: 1. Co to jest dziennikarstwo internetowe? Czym się różni od innych gatunków dziennikarstwa? Wprowadzenie do tematu. 2. Co trzeba wiedzieć o przeszłości internetu, wortalu, portalu, blogów – czyli krótka historia dziennikarstwa internetowego. 3. Prawo w internecie: zagrożenia dla użytkownika i dla twórcy treści internetowych. 4. Reklama i produkty reklamowe, czyli z czego żyje internet? 5. Redagowanie tekstów do internetu – sposób prezentowania – nawigacja. 6. Sposoby dziennikarskiego wyrazu w sieci: news, relacja internetowa, fotka, dźwięk, newsletter, RSS. 7. Blogi, weblogi, fora i serwisy dziennikarstwa obywatelskiego – dziennikarstwo czy nie? 8. Przygotowujemy newsa – z agencji polskiej i zagranicznej. Przykłady pozycjonowania newsów. 9. Źródła, z których korzysta dziennikarz internetowy. Stylebook. Netykieta.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_K10 D1pK_K13 D1pK_K14
-----	--	--	--	---	------------	----	---	--	--

							10. Co to jest internetowe forum i po co ono dziennikarzowi internetowemu? 11. Czateria to nie tylko czatowanie, ale też wirtualna społeczność. 12. Internetowe dziennikarstwo obywatelskie – jak zostać znanym dziennikarzem? Praktycznie. 13. Gdy coś się dzieje ekstra – logika tworzenia raportów specjalnych. 14. Tworzymy prawdziwego newsa internetowego – ćwiczenia praktyczne. 15. Logika i metodyka tworzenia stron internetowych, serwisów, wortalu i portali.		
27.	Podstawy promocji, reklamy i marketingu				kierunkowy	30	3	Celami modułu jest przyswojenie przez studentów podstawowej wiedzy o zjawiskach marketingu, w szczególności o zjawisku reklamy, jako najważniejszej formie perswazyjnej komunikacji rynkowej. Ponadto zapoznanie studentów ze specyfiką marketingowego podejścia do działalności rynkowej, celami, funkcjami i zadaniami reklamy, nauczanie studentów stosowania podstawowego schematu opracowywania kampanii reklamowej; poznanie przez studentów mechanizmów oddziaływania reklam na konsumentów. Ponadto celem zajęć jest także wskazanie i uczulenie studentów na istotność etycznego postępowania w kontekście działalności promocyjnej oraz wskazanie najważniejszych regulacji prawnych odnoszących się do działalności reklamowej	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U06 D1pK_U13 D1pK_U20 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K14

								w Polsce. Ponadto część zajęć poświęcona będzie na omówienie i dyskusje nad wybranym, szczególnym typem marketingu i reklamy: marketingiem politycznym i reklama polityczną.	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

28.	Zastosowania generatywnej AI w dziennikarstwie				kierunkowy	30	2	Celem przedmiotu jest zrozumienie zasad działania generatywnej sztucznej inteligencji, eksploracja narzędzi i technik AI, analiza zastosowań AI w praktyce dziennikarskiej. Celem przedmiotu jest również umożliwienie studentom praktycznego wykorzystania narzędzi generatywnej AI w tworzeniu treści dziennikarskich oraz rozwój umiejętności krytycznej oceny wyników generowanych przez sztuczną inteligencję.	D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_W24 D1pK_U25 D1pK_U26 D1pk_K17
29.	Prawo prasowe				kierunkowy	45	3	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi aktami ustawodawczymi obowiązującymi w Polsce, m.in. z prawem prasowym, ustawą o radiofonii i telewizji, ustawą o dostępie do informacji publicznej. Student powinien poznać podstawowe instytucje i zasady istniejące w polskim prawodawstwie medialnym oraz wiedzieć jakie ograniczenia funkcjonują w zakresie wolności prasy i środków społecznego przekazu, aby móc ocenić prawidłowość własnego postępowania. Na zajęciach zostanie uwzględnione nie tylko orzecznictwo polskie, ale również Europejskiego Trybunału Praw Człowieka. Studenci będą poznawać jak zakłada się dzienniki i czasopisma i jakie wymogi należy wypełnić, aby legalnie funkcjonowały one na rynku prasowym oraz jakie są warunki uzyskania koncesji na działalność telewizyjną i radiową. Student	D1pK_W02 D1pK_W09 D1pK_W10 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K08 D1pK_K09

								powinien również dokładnie poznać prawa i obowiązki dziennikarza. W zakresie praw dziennikarskich na pierwszym miejscu znajduje się prawo do uzyskania informacji zarówno tej publicznej jak i niepublicznej. W tym aspekcie istotne jest zaznajomienie studentów z regulacją zawartą w ustawie o dostępie do informacji publicznej oraz z dostępem do informacji z postępowania sądowego. Student zapozna się z podstawowymi obowiązkami dziennikarskimi m.in. rzetelności i szczególnej staranności, ochrony prywatności, tajemnicy dziennikarskiej, autoryzacji, w celu prawidłowego postępowania z dobrami prawnie chronionymi w pracy dziennikarskiej. Przedmiotem zajęć będą również obowiązki ciążące na mediach, a więc obowiązek publikacji komunikatów, sprostowań i odpowiedzi oraz zasady dotyczące zamieszczania reklam i ogłoszeń zarówno przewidziane w prawie prasowym jak i w ustawie o radiofonii i telewizji. Studenci zapoznają się także z zasadami dotyczącymi odpowiedzialności cywilnej i karnej.	
30.	Współczesne media w Polsce				kierunkowy	30	3	Celem wykładu jest zapoznanie studentów z zasadami funkcjonowania mediów w Polsce, a także z ich uwarunkowaniami prawnymi i ekonomicznymi oraz najważniejszymi nadawcami i wydawcami funkcjonującymi na polskim rynku. Kurs obejmuje okres	D1pK_W01 D1pK_W15 D1pK_W22 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K06

								budowy współczesnego systemu medialnego od 1989 roku aż do współczesności. Omówione zostaną etapy transformacji, momenty kluczowe, problemy i tendencje rozwojowe polskich mediów w porównaniu z tendencjami światowymi. Celem kursu jest także zapoznanie studentów ze strukturą współczesnego rynku mediów (rynek prasy, radio i telewizji, główni wydawcy i nadawcy) oraz przygotowanie ich do samodzielnego korzystania z dostępnych źródeł informacji o rynku medialnym i do krytycznej ich oceny. Po ukończeniu kursu studenci powinni dobrze orientować się w strukturze polskiego rynku mediów, znać główne tytuły prasowe, sektory prasy, nadawców radiowych i telewizyjnych, znać największe koncerny medialne działające w Polsce, rozumieć zasady konkurencji na rynku medialnym, problemy i dylematy dziennikarzy i właścicieli, a także umieć korzystać z dostępnych badań odbioru i oceniać pozycję rynkową poszczególnych mediów.	D1pK_K09
31.	Redakcja, korekta, edytorstwo			P	kierunkowy	30	2	Ogólnym celem przedmiotu jest gruntowne przygotowanie studentów do opracowania stylistyczno-redakcyjnego tekstów cudzych i własnych. Zagadnienia poruszane podczas zajęć: 1. Wprowadzenie do przedmiotu: omówienie struktury wydawnictwa – miejsce i rola działu redakcji; proces przygotowania książki od	D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W17 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_K01 D1pK_K05

							dostarczenia tekstu do oddania plików do drukarni. 2. Książka jako przedmiot użytkowy i artystyczny: budowa strony redakcyjnej, „czwórka redakcyjna”, zasady nadawania i funkcjonowania numeru ISBN i ISSN. 3. Edytorstwo naukowe/ tekstologia/ leksykografia: pomoce językowe i merytoryczne w pracy redaktora i korektora – słowniki, leksykony, encyklopedie, opracowania językowe i edytorskie, normy; użycie słownika w pracy edytora. 4. Edytorstwo naukowe/ tekstologia/ leksykografia: przydatne strony internetowe: katalogi bibliotek światowych i bazy bibliograficzne, poradnie językowe – umiejętność wykorzystania; budowa i opis hasła słownikowego. 5. Podstawowe pojęcia z zakresu gramatyki opisowej: ortografia, interpunkcja, składnia. 6. Podstawowe pojęcia z zakresu gramatyki opisowej: odmiana nazwisk, podstawowe błędy. 7. Znaki korektorskie: wprowadzenie. 8. Ćwiczenia indywidualne na tekstach: teksty literackie, naukowe i użytkowe; teksty w łamach, przed składem. 9. Omówienie błędów w zastosowaniu znaków korektorskich oraz najczęstszych błędów językowych i stylistycznych. 10. Szczytywanie i wprowadzanie korekty redakcyjnej.	D1pK_K09
--	--	--	--	--	--	--	---	----------

								11. Omówienie zasad adiustacji językowo-stylistycznej – praca na tekście. 12. Omówienie różnic w korekcie, adiustacji i redakcji – praca na tekście. 13. Obsługa edytora tekstów Microsoft Word. 14. Zasady sporządzania cytatów, przypisów, bibliografii, indeksów. 15. Podsumowanie, zakończenie zajęć, wpisanie ocen.	
32.	Fotografia prasowa			P	kierunkowy	30	2	Poznanie teoretycznych aspektów wykorzystania fotografii w środkach masowego przekazu, reklamie i promocji oraz praktycznych umiejętności wykorzystywania fotografii w dziennikarstwie prasowym. Podstawy wiedzy o nowoczesnej technice fotograficznej i jej zastosowaniu w redakcji. Zajęcia warsztatowe z zakresu umiejętności wykonywania zdjęć na bieżące potrzeby redakcji prasowej, odróżniania dobrej od złej fotografii, analizy relacji między fotografią a tekstem.	D1pK_W01 D1pK_W11 D1pK_W12 D1pK_U11 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_K02 D1pK_K07 D1pK_K10
33.	Komunikowanie międzykulturowe			P	kierunkowy	30	3	Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu komunikowania międzykulturowego, pokazanie barier kulturowych w komunikacji i wpływu czynników kulturowych/narodowych na przebieg komunikowania. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują: 1. Rodzaje nauk badających komunikację międzykulturową,	D1pK_W01 D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_W08 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_K03 D1pK_K07

								historia komunikowania międzykulturowego. 2. Przedstawienie i charakterystyka rodzajów komunikacji: komunikacji poprzekulturowej, pomiędzykulturowej, międzynarodowej i globalnej. 3. Podstawowe pojęcia z zakresu etniczności. 4. Zagadnienie obcości i swojskości. 5. Definicja i różne typy tożsamości kulturowej. 6. Problemy i bariery w komunikowaniu wynikające z kultury (pojęcia etnocentryzmu, relatywizmu kulturowego). 7. Stereotypy, uprzedzenia w komunikowaniu międzykulturowym. 8. Teoria migracji. 9. Szok kulturowy – definicja, modele. 10. Szok kulturowy – przyczyny i sposoby zapobiegania. 11. Zjawiska: asymilacja, separacja, marginalizacja, wielokulturowość. 12. Podstawowe koncepcje z zakresu kultury organizacji i wymiarów kultur (m.in. E. Halla). 13. Podstawowe koncepcje z zakresu kultury organizacji G. Hofstede. 14. Język a kultura (typy języków: globalny, światowy, sztuczny itd.). 15. Bilingwizm.	
34.	Ochrona własności intelektualnej				kierunkowy	30	3	Celem jest zapoznanie studenta z podstawową problematyką dotyczącą ochrony własności intelektualnej we współczesnym świecie. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na te elementy własności intelektualnej, które związane są	D1pK_W07 D1pK_W11 D1pK_U05 D1pK_U07 D1pK_K01 D1pK_K06

								z funkcjonowaniem mediów, a więc na kwestie dotyczące utworów i przedmiotów praw pokrewnych. Część poniższych tematów realizowana jest na więcej niż jednych zajęciach: 1. Dobro intelektualne jako szczególny typ przedmiotu ochrony prawnej. 2. Definicja utworu, podział utworów na samodzielne i niesamodzielne. 3. Podmioty prawa autorskiego. 4. Prawa autorskie osobiste. 5. Autorskie prawa majątkowe. 6. Dozwolone wykorzystanie utworów, w ramach pracy dziennikarskiej. 7. Ochrona autorskich praw osobistych. 8. Ochrona autorskich praw majątkowych.	D1pK_K09
35.	Wstęp do badań medioznawczych			P	kierunkowy	30	2	Celem kursu jest zaprezentowanie jego uczestnikom podstawowych metod i technik badań medioznawczych. Uczestnicy kursu poznają interdyscyplinarny charakter wiedzy i badań z zakresu komunikacji masowej. Ponieważ w badaniach podejmowanych w ramach nauk o mediach znajdują zastosowanie metody i techniki wykształcone na gruncie różnych dyscyplin to dla uporządkowania materiału prezentowanego w ramach zajęć zostanie on uporządkowanych według formuły Lasswella będącej schematem porządkującym pola badań nad komunikowaniem: od analizy nadawcy, poprzez badania nad	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_U07 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K09

								przekazem i medium, aż do metod i technik badań nad odbiorcami i skutkami komunikowania.	
36.	Wstęp do zarządzania mediami				kierunkowy	30	3	Zapoznanie studentów z istotą, znaczeniem oraz celami i funkcji zarządzania w dynamicznie zmieniających się warunkach rynku medialnego. Przedstawienie różnych metod i koncepcji zarządzania organizacjami medialnymi. Przekazanie wiedzy na temat: planowania, organizowania, kierowania i kontroli w przedsiębiorstwach rynku medialnego. Zagadnienia poruszane podczas zajęć: 1. Geneza i pojęcie zarządzania. 2. Analiza gałęzi przemysłu medialnego. 3. Otoczenie organizacji. 4. Kulturowe uwarunkowania organizacji i zarządzania. 5. Przywództwo i władza. 6. Paradygmaty zarządzania. 7. Zarządzanie strategiczne. 8. Otoczenie organizacji. 9. Planowanie (Istota planowania, Planowanie strategiczne, Planowanie operacyjne). 10. Motywowanie pracowników. 11. Istota controllingu w przedsiębiorstwie medialnym. 12. Zarządzanie techniką i innowacjami. 13. Zarządzanie w kryzysie. 14. Ekonomiczne aspekty zarządzania. 15. Etyczny i społeczny kontekst zarządzania.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_U02 D1pK_U14 D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K15
37.	Warsztaty publicystyki			P	kierunkowy	30	2	Przyswojenie i utrwalenie podstawowych pojęć z zakresu	D1pK_W13 D1pK_W14

								gatunków publicystycznych. Nabycie praktycznej wiedzy na temat sposobów tworzenia form publicystycznych, wyboru odpowiedniej formy, dokumentacji oraz sposobów argumentacji w formie publicystycznej. Praktyczne opanowanie podstawowych technik pisanie tekstów oraz tworzenia innych form publicystycznych. Nabycie umiejętności oceny technik i sposobów argumentacji w wypowiedziach publicystycznych innych autorów. Określenie obszaru publicystyki i jej definicja. Publicystyka a literatura (i inne dziedziny sztuki). Publicystyka a dziennikarstwo informacyjne. Gatunki publicystyczne w praktycznym zastosowaniu. Wybór i dookreślenie tematu autorskiego dzieła publicystycznego. Adekwatność zastosowanych środków. Praca nad tekstem. Atrakcyjność formy i rzetelność argumentacji. Obrona przedstawionych poglądów i otwartość na dialog.	D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K09
38.	Etyka dziennikarska				kierunkowy	15	2	Cykl zajęć wprowadza w obszerną problematykę etyczną współczesnego dziennikarstwa oraz prezentuje podstawowe zasady personalistycznej deontologii dziennikarskiej. Treść wykładów obejmuje dwie grupy tematyczne. Celem pierwszej grupy, mającej charakter propedeutyczny, jest wprowadzenie w podstawowe zagadnienia etycznego wymiaru dziennikarstwa i podstawy etyki	D1pK_W05 D1pK_W16 D1pK_W20 D1pK_U12 D1pK_U19 D1pK_U22 D1pK_K03 D1pK_K14 D1pK_K16

								dziennikarskiej. Druga grupa tematyczna dotyczy wybranych zagadnień etyki dziennikarskiej i podstawowych wartości stanowiących ramy działań dziennikarskich. Zamierzone cele dydaktyczne: podstawowa orientacja w problematyce etycznej wielorakich aspektów dziennikarstwa; znajomość współczesnego dyskursu etycznego w kontekście mediów; zdobycie umiejętności etycznego wartościowania działań medialnych. Struktura i problematyka obu cykli tematycznych gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi etycznego wartościowania oraz ich merytoryczne przygotowanie do samodzielnej oceny oraz możliwości rozwiązywania problematyki etycznej w dziedzinie dziennikarstwa i mediów.	
39.	Warsztaty medialnych kompetencji etycznych			P	kierunkowy	30	2	Cykl zajęć wprowadza w obszerną problematykę etyczną współczesnego dziennikarstwa oraz prezentuje podstawowe zasady personalistycznej deontologii dziennikarskiej. Treść ćwiczeń obejmuje praktyczne zagadnienia z etyki dziennikarskiej, stanowiące źródło kształcenia dziennikarskich kompetencji etycznych. Celem zajęć jest kształtowanie kompetencji etycznych przyszłych dziennikarzy na podstawie praktycznych ćwiczeń w rozwiązywaniu dylematów etycznych dziennikarstwa.	D1pK_W05 D1pK_W16 D1pK_W20 D1pK_U12 D1pK_U19 D1pK_U22 D1pK_K03 D1pK_K14 D1pK_K16

								Zamierzone cele dydaktyczne: podstawowa orientacja w problematyce etycznej wielorakich aspektów dziennikarstwa; znajomość współczesnego dyskursu etycznego w kontekście mediów; zdobycie umiejętności etycznego wartościowania działań medialnych. Struktura i problematyka zajęć gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi etycznego wartościowania oraz ich merytoryczne przygotowanie do samodzielnej oceny oraz możliwości rozwiązywania problematyki etycznej w dziedzinie dziennikarstwa i mediów.	
40.	Warsztaty reportażu			P	kierunkowy	30	2	Krótki zarys historii reportażu od Egona Erwina Kisha do Mariusza Wilka. Ewolucja gatunku. Trudności z definicją. Reportaż publicystyczny i reportaż literacki krytyczna analiza tekstów. Rodzaje reportażu omówienie na konkretnych przykładach (Melchior Wańkowicz. Krzysztof Kąkolewski, Ryszard Kapuściński, Joanna Siedlecka, Małgorzata Szejnert, Jacek Hugo-Bader, Cezary Gmyz, Wojciech Cejrowski oraz Arturo Percz-Reverte i Mario Vargas Llosa). Reportaż śledczy – tajemnice kuchni reportera śledczego. Podstawowe informacje na temat budowy i konstrukcji reportażu: struktura reportażu, wybór pozycji reportera w artykule (świadek, uczestnik, słuchacz, rekonstruktor)	D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W17 D1pK_U13 D1pK_U15 D1pK_U17 D1pK_K02 D1pK_K03 D1pK_K05

								wybór tematu reportażu, dokumentacja, selekcja informacji, plan, tytuł i wstęp, istota i rola pointy. Ćwiczenia warsztatowe – analiza tekstów oraz własna praca nad reportażem.	
41.	Warsztaty rzecznika prasowego			P	kierunkowy	30	2	Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi kwestiami z zakresu warsztatu rzecznika prasowego i jego rolą w instytucji. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują: 1. Urząd rzecznika prasowego – ogólny zarys i historia. 2. Cel powoływania rzecznika – reputacja firmy. 3. Czynniki kształtujące reputację instytucji. 4. Rzecznik jako strefa buforowa. 5. Kultura szybkiej obsługi. 6. Ingracjacja i empatia. 7. Cechy dobrego rzecznika. 8. Praktyczna sztuka prezentacji. 9. Kontakty bezpośrednie z mediami (komunikowanie bezpośrednie). 10. Komunikowanie pośrednie. 11. Kryzys i sytuacja kryzysowa. 12. Public relations. 13. Zasady etyczne – kompetencja i uczciwość. 14. Prawa i obowiązki rzecznika. 15. Normy Konferencji Episkopatu Polski (2009).	D1pK_W17 D1pK_W19 D1pK_W20 D1pK_U12 D1pK_U18 D1pK_U19 D1pK_K07 D1pK_K09 D1pK_K14
42.	Media literacy – użytkowanie mediów				kierunkowy	30	2	Celem zajęć jest wprowadzenie studentów w zagadnienie edukacji medialnej, alfabetyzacji medialnej, kompetencji medialnej. Wykłady odnoszą się do tematów związanych z kształceniem umiejętności kompetentnego	D1pK_W01 D1pK_W13 D1pK_W15 D1pK_W18 D1pK_U07 D1pK_U22

								użytkowania mediów, dotyczą też kwestii rozważanych w ramach pedagogiki mediów.	D1pK_U24 D1pK_K11 D1pK_K14 D1pK_K16
43.	Trendologia – przyszłość cyfrowego świata			P	kierunkowy	30	3	Celem przedmiotu jest przedstawienie studentom najbardziej przełomowych idei XXI wieku. Analiza zjawiska trendu, idei, ideologii, relacji pomiędzy człowiekiem a maszyną, przewidywanych kierunków rozwoju technologicznego ludzkości i ich konsekwencji. Spojrzenie na świat cyfrowy z perspektywy trendologicznej i futurologicznej.	D1pK_W01 D1pK_W02 D1pK_W05 D1pK_W07 D1pK_W15 D1pK_U01 D1pK_U04 D1pK_K10 D1pK_K14
44.	Strategie i techniki mediacji i negocjacji			P	kierunkowy	30	2	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi mediacji i jej rodzajów, etapów działań mediatora, zasad etyki zawodu mediatora, negocjacji i jej typów, kompetencji komunikacyjnej w negocjacjach, dokumentowania mediacji i negocjacji.	D1pK_W04 D1pK_W15 D1pK_W18 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K08
45.	Doradztwo wizerunkowe			P	kierunkowy	30	2	Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w tematykę komunikowania wizerunkowego, opis części składowych komunikacji wizerunkowej w kontekście branży kreatywnej. Przygotowanie do wykonania roli doradcy wizerunkowego, świadomego zarządcy własnym wizerunkiem.	D1pK_W02 D1pK_W15 D1pK_W18 D1pK_U04 D1pK_U12 D1pK_K02 D1pK_K11
46.	Warsztaty generatywnej AI			P	kierunkowy	30	2	Tematem zajęć będzie rozwój technologii Generatywnej AI doskonalących formy produkcji przekazu oraz możliwości ich zastosowania w praktyce.	D1pK_W15 D1pK_W23 D1pK_W24 D1pK_U02 D1pK_U26 D1pK_K11

47.	Innowacyjne spoty i filmy promocyjne			P	kierunkowy	30	2	Zajęcia o charakterze praktycznym, których celem jest zapoznanie studentów z tworzeniem innowacyjnych spotów i filmów promocyjnych, integrujących nowoczesne techniki, opowiadanie historii i skuteczne strategie komunikacji dla różnych odbiorców.	D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_W22 D1pK_U02 D1pK_U11 D1pK_K07 D1pK_K11 D1pK_K14
48.	Przedmiot fakultatywny		W		fakultet	120	8	Studenci wybierają sobie przedmioty fakultatywne w zależności od zainteresowań. Każdy z przedmiotów prowadzony jest przez innego nauczyciela akademickiego. Ich tematyka jest dostosowane do programu zajęć w danym semestrze. Celem zajęć fakultatywnych jest przede wszystkim uzupełniać wiedzę, umiejętności oraz kompetencje społeczne studentów w zakresie kierunkowych i podstawowych treści kształcenia.	D1pK_W02
49.	Język obcy I: angielski		W	P	lektorat	120	9	1. Doskonalenie językowej kompetencji komunikacyjnej na określonym poziomie językowym poprzez kształcenie umiejętności opowiadania o sobie, swoim otoczeniu, doświadczeniach z przeszłości oraz sytuacjach obecnych. 2. Doskonalenie umiejętności poprawnego użycia właściwych form gramatycznych w określonych kontekstach. 3. Doskonalenie umiejętności czytania ze zrozumieniem. 4. Kształtowanie postawy szacunku dla innych kultur.	D1pK_W01 D1pK_U07 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U10 D1pK_U15 D1pK_K05

							5. Wzbogacanie zasobu słownictwa. 6. Ćwiczenie poprawnej wymowy oraz intonacji. 7. Opis siebie, swojej rodziny, panujących w niej relacji i związków, opis upodobań, czasu wolnego, przewidywanie przyszłości. 8. Podróżowanie, aspekty międzykulturowe w globalnym świecie, życie zawodowe, opis pracy. 9. Nowoczesne zakupy, on-line shopping. 10. Przestępstwa we współczesnym świecie, słownictwo specjalistyczne. 11. Tworzenie pytań, przeczeń w czasach teraźniejszych, przeszłych, przyszłych (Present Simple, Continuous, Past Simple, Continuous, Future Simple, going to, Present Perfect for life experiences). 12. Tworzenie zdań z czasownikami modalnymi, oraz Have/ Had to. 13. Tworzenie porównań, zaimki dzierżawcze. 14. Zdania warunkowe typu pierwszego, zdania czasowe future time clauses. 15. Zapoznanie ze sposobami reagowania na różne sytuacje życiowe: zaczynanie i kończenie rozmów, wyrażanie opinii, zgadzanie się, oferowanie, sugestie, zażalenia, prośby, rezerwacje w hotelu, zachowanie się w sklepie. 16. Inne: doskonalenie umiejętności czytania i słuchania ze zrozumieniem. Tworzenie prostych wypowiedzi pisemnych na wybrany temat.	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

50.	Język obcy II		W	P	lektorat	120	9	Rozwijanie pięciu obszarów kompetencji językowej: 1. Wiadomości – znajomości środków językowych (leksykalnych, gramatycznych, ortograficznych oraz fonetycznych) w zakresie następujących tematów: – człowiek: dane osobowe (imię, nazwisko, wiek, data urodzenia, narodowość, miejsce zamieszkania, telefon, e-mail, zawód/zajęcie, stan cywilny, znajomość języków obcych), zainteresowania, – dom: miejsce zamieszkania, – edukacja: typy szkół, przybory szkolne, czynności studenta i lektora, – praca: popularne zawody i związane z nimi czynności, miejsca pracy, – życie codzienne, rodzinne i towarzyskie: członkowie rodziny, czynności życia codziennego, dni tygodnia), zegar (godziny, pory dnia), formy spędzania wolnego czasu, uroczystości, – żywienie: artykuły spożywcze, posiłki, menu w barze, restauracji, lokale gastronomiczne, – podróżowanie i turystyka: środki transportu, – kultura: święta i obrzędy, dziedziny kultury, gatunki filmowe, literackie, uczestnictwo w kulturze, media, – sport: popularne dyscypliny sportowe, – zdrowie: samopoczucie, – elementy wiedzy o krajach obszaru nauczanego języka oraz o kraju ojczystym,	D1pK_W01 D1pK_U07 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U10 D1pK_U15 D1pK_K05
-----	---------------	--	---	---	----------	-----	---	---	--

								z uwzględnieniem kontekstu międzykulturowego. 2. Recepcji – rozumienia bardzo prostych, krótkich wypowiedzi pisemnych i ustnych (artykułowanych powoli i wyraźnie) w zakresie ww. tematów. 3. Produkcji – tworzenia bardzo prostych, krótkich i zrozumiałych wypowiedzi ustnych i pisemnych w zakresie ww. tematów. 4. Interakcji – prowadzenia bardzo prostej rozmowy, formułowania zrozumiałych pytań i odpowiedzi w formie ustnej i pisemnej zakresie ww. tematów. 5. Mediacji – przetwarzania formy ustnego lub pisemnego przekazu w zakresie ww. tematów.	
51.	Praktyki zawodowe (6 miesięcy)		W	P	praktyki	480	6	Przygotowanie zawodowe studentów, kontakt zawodowy studentów z różnymi instytucjami związanymi z dziennikarstwem i komunikacją społeczną. Pomoc w pierwszym doświadczeniu zawodowym: 1. Lista intencyjna miejsc praktyki (co najmniej dwa). 2. Zgoda opiekuna praktyk na praktykę spoza listy intencyjnej, w oparciu o Umowę podpisaną z UPJPII w Krakowie. 3. Wypełnianie Dziennika praktyk (dokumentacja dwóch lat) przez studenta; potwierdzenie zadań przez firmę (pieczętka i podpis opiekuna praktykanta). 4. Liczba konferencji (potwierdzonych certyfikatem) wliczana do praktyk, od 2 do 4.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_U12 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K07

								5. Biuro Karier – instytucja poszukująca i proponująca nowe miejsca praktyk. 6. Instytucje uniwersyteckie, np. Radio Bonus, nie wymagają Umowy. 7. Ułatwienie wchodzenia na rynek pracy absolwentom szkół wyższych. 8. Możliwość nieodpłatnych praktyk studenckich w administracji publicznej priorytetem Rządu RP np. "Zalecenia dotyczące praktyk studenckich w urzędach administracji państwowej oraz w jednostkach organizacyjnych podległych lub nadzorowanych w 2015 r." (8.05.2015; MEN, DSW.ZNU.6002.1.2015.BS.1). 9. Centralna Baza ofert pracy za pośrednictwem strony internetowej oferta.praca.gov.pl.	
52.	Seminarium licencjackie		W	P	seminarium	60	10	1. Zapoznanie się z metodami pracy. 2. Wprowadzenie w kalendarz. 3. Metoda GROW. 4. Metoda góry lodowej. 5. Referowanie dokonanej kwerendy bibliotecznej. 6. Zatwierdzenie tematu roboczego pracy licencjackiej. 7. Przygotowanie wstępu i planu pracy. 8. Przygotowanie pierwszego rozdziału. 9. Przygotowanie planu drugiego rozdziału i tez zasadniczych. 10. Podsumowanie prac nad treściami teoretycznymi. 11. Przygotowanie drugiego rozdziału pracy – opisanie materiału badawczego.	D1pK_W04 D1pK_W09 D1pK_W16 D1pK_U05 D1pK_U14 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K16

								12. Przygotowanie trzeciego rozdziału – zastosowanie metod jakościowych i ilościowych w badanym materiale. 13. Oddanie całości pracy. 14. Konsultacje ostatecznej wersji pracy licencjackiej. 15. Szkolenie z zakresu publicznej obrony pracy dyplomowej.	
53.	Wychowanie fizyczne				kształcenia ogólnego	60	0	-	-
54.	Przedmioty specjalnościowe		W		specjalnościowe		14		
	<i>Przedmioty specjalności e-dziennikarstwo – tabela nr 2a</i>					210		<i>dane zawarte w tabeli nr 2a</i>	<i>dane zawarte w tabeli nr 2a</i>
	<i>Przedmioty specjalności realizacja radiowo-telewizyjna – tabela nr 2b</i>					210		<i>dane zawarte w tabeli nr 2b</i>	<i>dane zawarte w tabeli nr 2b</i>
	<i>Przedmioty specjalności reklama, branding, public relations – tabela nr 2c</i>					210		<i>dane zawarte w tabeli nr 2c</i>	<i>dane zawarte w tabeli nr 2c</i>
Łączna liczba punktów ECTS							180		
Łączna liczba godzin – specjalność e-dziennikarstwo						2 615			
Łączna liczba godzin – specjalność realizacja radiowo-telewizyjna						2 615			
Łączna liczba godzin – specjalność reklama, branding, public relations						2 615			

2a. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności e-dziennikarstwo z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	E-gatunki			P		30	2	W trakcie kursu studenci zostaną zaznajomieni z problematyką opisu	D1pK_W01

							e-gatunków jako nowych form wypowiedzi. Kształcone będą umiejętności dziennikarskie wymagane w nowych przestrzeniach komunikowania. Problematyka gatunków przedstawiona zostanie w kontekście najnowszych tendencji w zakresie rozwoju technologii komunikacyjnych.	D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U17 D1pK_U24 D1pK_K03 D1pK_K07 D1pK_K10 D1pK_K13	
2.	Nowoczesne technologie w dziennikarstwie			P		30	2	W trakcie kursu studenci zostaną zaznajomieni z najnowszymi technologiami informacyjnymi i komunikacyjnymi wspierającymi pracę dziennikarza. Poznają nowe elementy komunikowania i narzędzia, które coraz częściej są podstawą współczesnego świata mediów takie jak: internetowe społeczności, takie jak: mechanizmy wiralowe, konwergencja, croudjournalism, big data journalism. Oprócz analizy teoretycznej współczesnych zjawisk, studenci zdobędą wiedzę praktyczną, która wykorzystana zostanie w trakcie realizacji projektów semestralnych, polegających na licznych wykorzystaniu otrzymanych narzędzi w swoich, dziennikarskich inicjatywach, które nie zakończą się przy wystawieniu oceny, ale dadzą początek trwałym i interesującym projektom medialnym. Przedmiotem kursu jest analiza roli i sytuacji dziennikarstwa w zmieniającej się przestrzeni medialnej. Na naszych oczach	D1pK_W17 D1pK_W19 D1pK_W24 D1pK_U08 D1pK_U11 D1pK_U13 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K05

								w ciągu ostatnich kilkunastu lat ma miejsce rewolucja medialna, którą niektórzy badacze mediów porównują do rewolucji Gutenberga. W związku z zasadniczą ewolucją definicji i paradygmatu dziennikarstwa wzrasta potrzeba wypracowania i wcielenia w życie nowych form przekazu medialnego.	
3.	Dziennikarstwo branżowe			P		30	2	Przedmiot umożliwia poznanie specyfiki funkcjonowania mediów branżowych: prasowych, radiowych, telewizyjnych i internetowych. Przedmiot stawia sobie za zadanie przedstawienie rynku mediów branżowych w Polsce, pokazanie największych problemów tego sektora oraz pokazanie specyfiki pracy dziennikarza mediów branżowych. Zagadnienia poruszane podczas zajęć koncentrować się będą wokół pięciu kategorii tematycznych: 1. Media branżowe – definicja i typologia. 2. Specyfika pracy dziennikarza branżowego. 3. Przygotowanie i kompetencje dziennikarza branżowego. 4. Nowoczesne technologie w prasie branżowej. 5. Rynek i biznes w mediach branżowych.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U22 D1pK_U23 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K13
4.	Techniki prezentacji danych – infografika			P		30	2	Celem kursu jest zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie nowych technologii i technik prezentacji danych ilustrujących materiały dziennikarskie. Kurs skupi się wokół technik wizualizacji danych,	D1pK_W06 D1pK_W11 D1pK_U06 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K02

								ze szczególnym uwzględnieniem narzędzi do tworzenia infografik. Student zdobędzie praktyczne umiejętności do uprawiania dziennikarstwa danych przy pomocy nowoczesnych narzędzi i aplikacji elektronicznych.	D1pK_K07 D1pK_K10 D1pK_K14
5.	Paradziennikarstwo sieciowe			P		30	2	Studenci w trakcie kursu zostaną zaznajomieni ze działaniami paradziennikarskimi – czyli aktywnością w nowych mediach przypominającą wykonywanie pracy dziennikarskiej, ale nią niebędącą. Nowe technologie komunikacyjne służą rozwojowi amatorskiej działalności w Sieci, influencerstwu itp. Podczas kursu studenci zostaną zapoznani z tą problematyką oraz typologią paradziennikarskich praktyk, cechami, konsekwencjami i ich rolą w społeczeństwie informacyjnym.	D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_W08 D1pK_U13 D1pK_U17 D1pK_U18 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K08 D1pK_K10
6.	Video Journalist I			P		30	2	Potrafi w sposób samodzielny i twórczy tworzyć ustne i pisemne formy przekazów publicznych oraz kompetentnie prezentować je w uwarunkowaniach konkretnych mediów lub działań edukacyjnych; ma pogłębioną umiejętność przygotowania wystąpień publicznych dostosowanych do różnych sytuacji komunikacyjnych. Celem przedmiotu jest: samodzielne i samowystarczalne dziennikarstwo telewizyjne, produkcja, montaż, zdjęcia i działania reporterskie podczas jednego kursu.	D1pK_W02 D1pK_W13 D1pK_W21 D1pK_U13 D1pK_U15 D1pK_U17 D1pK_U23 D1pK_K12 D1pK_K13 D1pK_K14
7.	Technologie cyfrowej edycji obrazu i dźwięku			P		30	2	Celem kursu jest zdobycie fachowej wiedzy i praktycznych umiejętności w zakresie technologii cyfrowej	D1pK_W17 D1pK_W19

								edycji obrazu i dźwięku. Zajęcia obejmują wybrane zagadnienia z kilku kategorii tematycznych: 1. Montaż dźwięku: Sound Forge Pro. 2. Edycja materiałów audio. 3. Synteza dźwięku i sound design. 4. Mastering nagrań : mix i brzmienie. 5. Montaż obrazu: Adobe Premiere Pro. 6. Technologia cyfrowego kreowania i edycji obrazu: Adobe Effects.	D1pK_W24 D1pK_U08 D1pK_U11 D1pK_U13 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K05
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2b. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności realizacja radiowo-telewizyjna z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	Realizacja i montaż dźwięku			P		30	2	Poznanie podstaw toru fonicznego studia nagrań i studia radiowego. Podstawy nagrań i montażu. Obsługa oprogramowania do edycji dźwięku. Znajomość formatów plików audio. Zagadnienia: 1. Podstawy toru fonicznego studiów nagraniowych i emisyjnych. Rodzaje mikrofonów i urządzeń do nagrań audio. 2. Nagrania wokalu 1 (Samodzielne i z realizatorem). 3. Montaż audio (Soundforge). 4. Podstawy oprogramowania do edycji wielościeżkowej (Pro Tools). 5. Montaż audio (Soundforge).	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W23 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K12 D1pK_K14

							6. Nagrania w studiach radiowych. Emisja serwisów informacyjnych (nagrania z podkładem). 7. Montaż audio 1 (Soundforge). 8. Nagrania i montaż audycji muzycznych. 9. Montaż audio 2 (Soundforge). 10. Nagrania wokalu 2 (Samodzielne i z realizatorem). 11. Montaż audio 3 (Soundforge). 12. Nagrania w studiach radiowych. Specyfika pracy w studiach muzycznych i koncertowych. 13. Montaż audio 4 (Soundforge). 14. Temat zajęć dostosowany do bieżących zainteresowań studentów z zakresu realizacji dźwięku. 15. Podsumowanie i zaliczenie przedmiotu.		
2.	Operator kamery/rejestracja obrazu			P		30	2	Celem zajęć jest zapoznanie studenta z podstawową obsługą kamery telewizyjnej. Rodzajami oświetlenia i możliwością ich wykorzystywania. Praktyczna szkolenie z realizacji materiałów telewizyjnych. Tematyka zajęć: 1. Film jako sekwencja kadrów. 2. Rodzaje kadrów i ich znaczenie w opisywaniu świata. 3. Percepcja oka ludzkiego versus widzenie kamery. 4. Technika: A. obiektywy, B. głębia ostrości, C. ruch kamery (statyw, kamera z ręki, jazda kamerowa, transfokacja), D. ruch wewnątrz kadrowy, E. perspektywa, F. przenoszenie kontrastu,	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K14

								G. warunki oświetleniowe high key – low key, H. temperatura barwowa. 5. Kompozycja kadru (złoty podział). 6. Rodzaje źródeł światła (ostre – rozproszone. Naturalne – sztuczne). 7. Sposoby oświetlenia obiektu (kierunki światła): A. kierunek, B. wypełnienie, C. kontra. 8. Plan filmowy. Przestrzeń poza kadrowa. 9. Oś akcji.	
3.	Montaż obrazu			P		30	2	Celami modułu jest przyswojenie przez studentów podstawowej wiedzy dotyczącej montażu obrazu, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak i praktycznym. Podczas zajęć teoretycznych studenci poznają historię montażu (montaż filmu niemego i filmu dźwiękowego). Celem zajęć jest także unaocznienie roli montażu w procesie produkcji filmu, a także materiału telewizyjnego. Studenci zapoznają się z podstawowymi środkami wyrazu montażu i językiem filmu. Podczas teoretycznej części zajęć omówione zostanie także zjawisko manipulacji obrazem i pojęcie etyki, stanowiące status quo każdego montażysty. Zajęcia praktyczne mają na celu umożliwienie studentowi pracy na surowym materiale filmowym. Omówione zostaną podstawowe funkcje programu Adobe Premiere Pro, a także bardziej zaawansowane funkcjonalności programów do edycji video.	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09

4.	Realizacja radiowa			P		15	1	Uczestnik zajęć jest przygotowany do pracy z dźwiękiem. Zna zasady przetwarzania dźwięku analogowego i cyfrowego i posiada umiejętności warsztatowe, które umożliwiają realizowanie i produkcję nagrań dźwiękowych, przed wszystkim dla potrzeb radia. Absolwent warsztatów potrafi samodzielnie realizować nagrania, opracowania dźwiękowe i jest przygotowany do pracy w charakterze realizatora dźwięki, montażysty i producenta. Może znaleźć zatrudnienie w rozgłośniach radiowych oraz w studiach nagraniowych.	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09 D1pK_K11
5.	Realizacja telewizyjna			P		15	1	Student kończący kurs winien posiadać wiedzę o realizacji telewizyjnej i obsłudze komputera realizacyjnego "Tricaster". Celem przedmiotu jest: dziennikarstwo telewizyjne, obsługa miksera do realizacji telewizyjnej, realizacja programów, audycji i rozmów w studio.	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09 D1pK_K11
6.	Prezenter radiowy			P		30	2	Warsztaty przygotowują kompetentnych dziennikarzy radiowych, którzy potrafią posługiwać się specyficznym językiem informacji radiowej, znają zasady wystąpień na żywo, prowadzenia audycji i montażu oraz realizacji podstawowych gatunków dziennikarstwa radiowego: newska. Reportażu, wywiadu, a także prowadzenia programów publicystycznych i informacyjnych	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K14

								na żywo. Szczególny nacisk kładzie się na kompetencje związane z wystąpieniami przed mikrofonem oraz umiejętności techniczne, dotyczące obsługi nowoczesnego sprzętu w studiu radiowym. Absolwent kursy przygotowany jest do pracy w newsroomach redakcji radiowych, zarówno publicznych i komercyjnych. Posiada również umiejętność potrzebne do prowadzenia programów publicystycznych. Warsztaty przygotowują kompetentnych prezenterów i realizatorów radiowych.	
7.	Producent radiowy, producent telewizyjny			P		30	2	Zajęcia mają na celu przekazanie niezbędnej wiedzy z zakresu planowania i funkcjonowania produkcji radiowej i telewizyjnej. Podczas ćwiczeń studenci poznają specyfikę produkcji programu radiowego i telewizyjnego oraz koszty realizacji technicznej (czas trwania, rodzaj audycji, zasoby, sprzęt, prawo do transmisji, kosztorys). Po zakończonych zajęciach student zna metody produkcji, standardy regulacyjne, budżetowanie i potrafi negocjować stawki, warunki oraz ograniczenia wynikające ze strony organizatora czy sponsora audycji.	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09 D1pK_K11
8.	Prezenter telewizyjny			P		30	2	Nauka w praktyce różnych form prezentowania programów na antenie telewizyjnej. W czasie zajęć studenci dowiedzą się, jak powstaje program informacyjny i jaka jest w nim rola prezentera. Jak powinny wyglądać zapowiedzi prezentera, jak jest ich konstrukcja i jak	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23

								powinny być przedstawiane. Będą pisać zapowiedzi do materiałów realizowanych przez telewizję UPJP2b, ale także na podstawie zapowiedzi z anten różnych programów informacyjnych zauważać, które są prawidłowe. Dzięki zajęciom realizowanym w pracowni telewizyjnej będą uczyć się jak zrozumiałe dla widza przekazywać informacje i tego, jak prezenter powinien wyglądać (strój, fryzura, biżuteria) i zachowywać się w studiu (postawa, mowa ciała). Będą nagrywać zapowiedzi, pracować z prompterem – potem wyniki tej pracy będą analizowane podczas zajęć. Poza pracą nad zapowiedziami informacyjnymi, studenci będą poznawać specyfikę wejść na żywo do programów i formacyjnych, sportowych i publicystycznych. Będą się także uczyć prowadzenia rozmowy w plenerze i w studiu. Osobne zajęcia poświęcone będą pracy prezentera pogody. Podczas wszystkich zajęć studenci dowiedzą się jak podczas programów telewizyjnych wygląda współpraca różnych grup zawodowych – prowadzących, wydawców, kierowników produkcji, operatorów, dźwiękowców, odpowiedzialnych za światło – i jaka jest ich rola przy powstawaniu programu.	D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09
--	--	--	--	--	--	--	--	---	---

2c. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności reklama, branding, public relations z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole KEU)
1.	Strategie public relations			P		30	2	Treści programowe mają na celu przekazanie niezbędnej wiedzy oraz umiejętności praktycznych związanych z działaniami public relations w tym budowaniu strategii. Student potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) w zakresie PR. Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) w zakresie PR. Potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych charakterystycznych dla procesu komunikacji. Posiada umiejętność przygotowywania strategii PR. Na podstawie modeli public relations omówiony zostanie proces komunikowania i postrzegania roli publiczności w tym procesie. Wiele uwagi zostanie poświęcone	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K05 D1pK_K11 D1pK_K12

							zagadnieniom związanym z rodzajami strategii i ich przygotowaniem. Przedstawione zostaną funkcje i obszary zastosowań PR. Zadania PR w instytucjach non-profit oraz w korporacjach. Modele organizacyjne PR w różnych instytucjach. Tematyka zajęć np.: analiza grup otoczenia, taktyka i dobór narzędzi, formułowanie strategii. Narzędzia PR – umiejętności językowe, prasowe. Narzędzia PR – kontakty z otoczeniem. Marketing w czasie rzeczywistym jako przykład nowoczesnej formy przygotowania strategii. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi.		
2.	Reklama w mediach i marketing medialny			P		30	2	Media i reklama we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym. Znaczenie reklamy w komunikacji marketingowej. Marketing medialny struktura, elementy składowe i systematyka. Silna marka podstawą współczesnej komunikacji promocyjno-reklamowej. Przemysł reklamowy świat i Polska. Media jako nośniki reklamy. Zarządzanie reklamą rola agencji i rynek usług reklamowych. Planowanie strategiczne w reklamie. Kampania reklamowa elementy i etapy. Kreacja komunikatów reklamowych koncepcja, treść, slogan, wizualizacja. Planowanie i zarządzanie kampanią reklamową w mediach. Reklama społeczna i polityczna w mediach. Rola i znaczenie badań w reklamie.	D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W10 D1pK_U06 D1pK_U12 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K10

								Prawo i etyka w reklamie oraz w marketingu mediów. Metody promowania mediów.	
3.	Zarządzanie marką i wizerunkiem			P		30	2	Celem jest przekazanie studentom obszernej wiedzy z zakresu zarządzania wizerunkiem i marką, oraz samej specyfiki wizerunku i marki. Przedmiot przygotowuje studentów w zakresie teorii i praktyki zarządzania na stanowiskach menedżerów marki i wizerunku. Jednym z najważniejszych celów jest uwrażliwienie na aspekty wartości i etyki w zarządzaniu marką i wizerunkiem. Kurs obejmuje zagadnienia z następujących kategorii tematycznych: 1. Wizerunek i marka – definicja pojęć, porównanie. 2. Public relations w zarządzaniu wizerunkiem i marką. 3. Zarządzanie kreatywnością wizerunkową. 4. Nowe narzędzia i technologie medialne w promocji marki i wizerunku.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_U02 D1pK_U14 D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K15
4.	Media relations					30	2	Celem kursu jest nabycie umiejętności nawiązywania skutecznych relacji z mediami oraz troski o te relacje w toku pracy w zakresie public relations. Media relations są charakteryzowane jako kluczowa dziedzina PR na rynku informacyjnym. Student w oparciu o nabytą wiedzę i umiejętności wsparte doświadczeniem nabędzie kompetencje służące do samodzielnego przygotowanie, wdrożenia i utrzymania kontaktów	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_U13 D1pK_U17 D1pK_U20 D1pK_U23 D1pK_K07 D1pK_K11 D1pK_K12

								z dziennikarzami w relacji na linii specjalista w dziedzinie PR – dziennikarz, opartej na modelu dwukierunkowym asymetrycznym i dwukierunkowym symetrycznym oraz modelu press relations. Treści kształcenia zogniskowane są wokół głównego tematu, jakim jest: media relations czyli jak i po co współpracować z dziennikarzami i redakcjami? Studenci zostaną zapoznani z podstawowymi podziałami mediów oraz ich systematyką ze względu na rodzaj medium, sposób przekazu, zasięg, częstotliwość i profil. Następny blok informacji będzie związany z treściami, którymi zainteresowani są dziennikarze w toku współpracy z osobami odpowiedzialnymi za public relations instytucji. Równocześnie student zdobędzie określoną wiedzę na temat przepisów prawnych oraz zakresu kompetencji dziennikarza i specjalisty PR, które określają granice wpływu obu profesji. Kolejny blok tematyczny to zasady związane z przeprowadzaniem wywiadów oraz formalnych i nieformalnych rozmów z dziennikarzami (przewodnim hasłem tego bloku będzie autoryzacja). Z kolei studenci zostaną zapoznani z prawidłami podstępowania rzecznika prasowego oraz zakresem obowiązków osób, które z ramienia instytucji skierowane są do kontaktów z mediami. Na koniec studenci zapoznają się	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

								z poszczególnymi formami medialnymi oraz samodzielnie będą przygotowywać materiały dla dziennikarzy (case study).	
5.	Projektowanie i kreowanie marki			P		30	2	Zajęcia mają na celu dostarczenie wiedzy i umiejętności w zakresie projektowania i kreowania marki. Tematyk zajęć pokazuje wszystkie fazy tworzenia marki od etapu koncepcyjnego po działania marketingowe, od kreacji nowej marki aż po promocję wizerunku marki w mediach. Celem zajęć jest przygotowanie studentów do opracowania własnej strategii kreowania i promocji wybranej marki: produktu, firmy, wydarzenia, osoby itd.	D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W19 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09
6.	Branding design			P		30	2	Celem zajęć jest: zdobywanie wiedzy w zakresie identyfikacji wizualnej, poznawanie różnych metod interpretacji obrazu oraz określania jego funkcji w promowaniu marki, rozpoznawanie sposobów oddziaływania obrazów na odbiorcę oraz metod perswazji wizualnej, nabycie zdolności rozumienia zjawisk wizualnych w kulturze współczesnej, dyskutowanie nad formami dawnej i współczesnej komunikacji wizualnej. Celem zajęć jest przygotowanie studentów do opracowania książki znaku, zawierającej podstawowe elementy identyfikacji wizualnej marki i produktu.	D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W19 D1pK_W24 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09
7.	Kreatywność promocyjna i web design			P		30	2	Celem zajęć jest zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie nowoczesnych strategii	D1pK_W10 D1pK_W15 D1pK_W19

								promocyjnych przy użyciu nowych technologii komputerowych. Zajęcia obejmują z zakresu pięciu kategorii tematycznych: 1. Strategie kreatywnego myślenia. 2. Potrzeby i wyzwania komunikowania promocyjnego. 3. Nowe technologie jako narzędzia promocji. 4. Web design. 5. Projektowanie strategii promocyjnej. Celem zajęć jest przygotowanie studentów do opracowania własnej kampanii promocyjnej wybranej marki: produktu, firmy, wydarzenia, osoby itd.	D1pK_W24 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

3. Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów przewiduje praktyki

Integralną część procesu kształcenia w ramach studiów pierwszego stopnia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie są praktyki studenckie w wymiarze 480 godzin. Ich celem jest przygotowanie absolwentów do pracy w szeroko rozumianym obszarze współczesnych mediów w praktycznym wymiarze dziennikarstwa, edukacji medialnej i dziennikarskiej, animacji kultury medialnej i public relations oraz produkcji radiowo-telewizyjnej.

Praktyki planowane są w Instytucjach, których pracownicy gwarantują fachową wiedzę i umiejętności w obszarze studiów kierunkowych i specjalnościowych. Studenci pracując pod opieką specjalistów będą mieli okazję do nabywania kompetencji i doświadczeń zawodowych aby dobrze przygotować się do zawodu dziennikarza pracującego w mediach masowych przy użyciu nowych technologii (prasa, radio, telewizja, Internet), do zawodu trenera dziennikarstwa i mediów w obszarze kultury medialnej, edukacji i animacji medialnej, jako fachowiec relacji z mediami oraz public relations, do pracy w obszarze realizacji radiowo-telewizyjnej oraz w obszarze logistyki mediów.

W celu zapewnienia możliwości odbywania opisanych powyżej praktyk Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie podpisał listy intencyjne z trzydziestoma dwoma Instytucjami o zróżnicowanym profilu działalności. Tak szeroki wachlarz Instytucji, prowadzących działalność związaną z dziennikarstwem i komunikacją społeczną, pozwala realizować praktyki zgodne z wybraną specjalnością i zainteresowaniami studenta.

4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Weryfikacja obejmuje wszystkie kategorie obszarów (wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne). Dokumentowana jest na bieżąco w protokołach zaliczenia przedmiotu i w kartach okresowych osiągnięć studenta w postaci podpisanych wydruków danych elektronicznych. Ponadto prace zaliczeniowe, seminaryjne, egzaminacyjne oraz inne materiały stanowiące potwierdzenie zdobycia przez studenta założonych w programie studiów efektów uczenia się w formie papierowej i elektronicznej są archiwizowane w archiwum UPJPiI.

Końcowa weryfikacja realizacji efektów uczenia się odbywa się poprzez obronę pracy dyplomowej i złożenie egzaminu licencjackiego.

Przyjmuje się, że:

1. Egzamin lub zaliczenie kończące przedmiot może mieć formę pisemną lub ustną. Uzyskanie oceny pozytywnej jest jednoznaczne z tym, że student opanował, przynajmniej w stopniu dostatecznym, wiedzę i umiejętności przewidziane programem nauczania danego przedmiotu; w przypadku przedmiotów, w ramach których oprócz wykładu prowadzone są ćwiczenia, przed przystąpieniem do egzaminu student uzyskuje zaliczenie ćwiczeń.
2. Zaliczenia z przedmiotów, które nie kończą się egzaminem student uzyskuje na zasadach określonych w sylabusie przedmiotu.

Do najczęściej stosowanych metod weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się należą:

- a. egzaminy pisemne i ustne ograniczone czasowo,
- b. egzaminy pisemnie i ustne z dostępem i bez dostępu do materiałów dydaktycznych,
- c. samodzielnie przygotowywane prace pisemne,
- d. ocenianie ciągłe,
- e. kolokwium,
- f. prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub grupowo,
- g. przygotowanie projektu,
- h. przygotowanie referatu lub wystąpienia np. na konferencji naukowej,
- i. wypowiedzi ustne, aktywność w dyskusji,
- j. zadania wykonywane w grupie, zarówno w trakcie zajęć z nauczycielem akademickim, jak i w trakcie czasu przeznaczonego na prace własne studenta,
- k. analiza przypadków, tzw. case study,
- l. ocena pracy przy przygotowywaniu pracy dyplomowej,
- m. egzamin dyplomowy/obrona pracy.

Do metod weryfikacji efektów uczenia się uzyskiwanych w procesie realizacji praktyk studenckich należą:

- a. wypełnienie dzienniczka praktyk,
- b. przygotowanie sprawozdania z praktyk.

Troska o weryfikację i ocenę osiąganych przez studenta efektów uczenia się jest ważnym elementem procesu edukacji. Dlatego zaprezentowano szeroką gamę metod ich sprawdzania. Dzięki niej zostaną zrealizowane postulaty wynikające z założeń Krajowych Ram Kwalifikacji, a nasi studenci zyskają poczucie satysfakcji z rzetelnej weryfikacji i oceny swej pracy.

Objaśnienie oznaczeń:

H/S – zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych / zajęcia z dziedziny nauk społecznych (student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, łącznie nie mniej niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne)

W – zajęcia do wyboru (zajęcia, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze łącznym nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów)

P/N – w przypadku kierunku studiów:

- o profilu praktycznym – P oznacza zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów

- o profilu ogólnoakademickim – N oznacza zajęcia związane z prowadzoną w UPJPII działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia danych studiów i uwzględnia udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności

KEU – kierunkowe efekty uczenia się