

WYKAZ ZAJĘĆ

dla cykli kształcenia rozpoczynających się od roku akademickiego 2024/2025

Nazwa kierunku studiów: **DZIENNIKARSTWO SPECJALISTYCZNE I MEDIOZNAWSTWO**

Specjalności: -

Poziom studiów: **STUDIA DRUGIEGO STOPNIA**

Profil: **OGÓLNOAKADEMICKI**

Forma studiów: **STACJONARNA**

1. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla kierunku *Dziennikarstwo specjalnościowe i medioznawstwo 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.	Aksjologia mediów	H			kształcenia ogólnego	30	4	Celem wykładu jest skupienie na kwestiach personalizacji współczesnych nurtów kulturowych oraz roli wiary w życiu współczesnego człowieka i zadań Kościoła w świecie, apostołstwa świeckich,	DS2aK_W05 DS2aK_W17 DS2aK_W20 DS2aK_U05 DS2aK_U08 DS2aK_U18

								chrześcijańskich korzeni Europy, kultury chrześcijańskiej, sprawiedliwości społecznej, miłosierdzia, ekumenizmu, antysemityzmu, obrony godności człowieka i życia ludzkiego. Wykład wprowadza w świat wartości w kontekście personalizmu integralnego.	DS2aK_K05 DS2aK_K11 DS2aK_K13 DS2aK_K14 DS2aK_K15 DS2aK_K16
2.	Dziennikarstwo jakościowe			N	kierunkowy	30	4	Celem przedmiotu jest zapewnienie studentom wiedzy z zakresu przyczyn spadku zaufania do mediów i obniżania się prestiżu zawodu dziennikarskiego, uwikłań politycznych mediów i dziennikarzy, presji rynkowej wynikającej z modelu biznesowego współczesnych mediów, wpływu nowych technologii na zmiany w postrzeganiu społecznej roli dziennikarzy i odpowiedzialności w kreowaniu dziennikarstwa jakościowego.	DS2aK_W03 DS2aK_W04 DS2aK_W05 DS2aK_W08 DS2aK_W09 DS2aK_W24 DS2aK_U02 DS2aK_U04 DS2aK_U20 DS2aK_U26 DS2aK_K07 DS2aK_K12
3.	Systemy medialne na świecie			N	kierunkowy	30	4	1. Przemiany systemu medialnego – ogólna charakterystyka kierunku przekształceń. 2. Media społeczne. Brak wystarczających regulacji wspierających rozwój tego sektora mediów. 3. Rozwój telewizji naziemnej cyfrowej – ocena oferty programów dostępnych w tym systemie. 4. Telewizja przyszłości (telewizja mobilna, telewizja hybrydowa, wideo na żądanie). 5. Najnowsze tendencje na rynku dzienników. 6. Najnowsze tendencje na rynku czasopism.	DS2aK_W01 DS2aK_W06 DS2aK_W08 DS2aK_W10 DS2aK_W14 DS2aK_W15 DS2aK_W22 DS2aK_U01 DS2aK_U02 DS2aK_U05 DS2aK_K03 DS2aK_K04 DS2aK_K09

							<p>7. System medialny w Stanach Zjednoczonych – najnowsze tendencje.</p> <p>8. System medialny w Wielkiej Brytanii – najnowsze tendencje.</p> <p>9. System medialny w Niemczech – najnowsze tendencje.</p> <p>10. System medialny we Francji – najnowsze tendencje.</p> <p>11. System medialny we Włoszech – najnowsze tendencje.</p>		
4.	Metodologia badań mediów: nurty, kierunki, koncepcje			N	kierunkowy	30	4	<p>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 przekazem i medium, aż do metod i technik badań nad odbiorcami i skutkami komunikowania.</p> <p>Zagadnienia:</p> <ul style="list-style-type: none"> – multidyscyplinarność wiedzy o komunikowaniu społecznym i badań medioznawczych. Proces naukowy, 	<p>DS2aK_W01</p> <p>DS2aK_W06</p> <p>DS2aK_W13</p> <p>DS2aK_W19</p> <p>DS2aK_U08</p> <p>DS2aK_U11</p> <p>DS2aK_U12</p> <p>DS2aK_U13</p> <p>DS2aK_K01</p> <p>DS2aK_K02</p> <p>DS2aK_K05</p> <p>DS2aK_K09</p>

							<ul style="list-style-type: none"> - analiza nadawcy: badania nadawców instytucjonalnych i instytucjonalnych, - analiza zawartości mediów: definicja, zastosowania, warunki realizacji; klucz kategoryzacyjny, jednostki doboru próby, analizy i pomiaru. Komputeryzacja analizy zawartości, - najważniejsze pola badań nad kanałami komunikowania: sympatie i zaufanie do medium; struktura własności mediów; charakterystyka kanału (medium) ze względu (zasięg i struktura publiczności, - badania odbioru (publiczności) mediów i skutków komunikowania: analiza danych obiektywnych, badania terenowe, metody laboratoryjne i eksperymentalne, - badania odbioru mediów: analiza danych obiektywnych, np. dane o kolportażu i sprzedaży gazet i czasopism, analiza listów, telefonów, e-maili i komentarzy w internecie, spotkania z czytelnikami, reprezentatywne ankietowe badania czytelnictwa (zlecane firmom komercyjnym), - badania odbioru mediów. Terenowe badania odbioru: wywiad z instrukcją, wywiad z kwestionariuszem, sondaże ankietowe, ankiet pilotowane, samorzotne ankiet pocztowe, telefoniczny sondaż opinii, ankiety zbiorowe (np. on-line) [na pograniczu między badaniami laboratoryjnymi a terenowymi], badania „etnograficzne” nad 	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							<p>publicznością – obserwacja uczestnicząca, – badania odbioru mediów – metody i techniki laboratoryjne: eksperymenty w warunkach quasi-naturalnych, testy, pomiar dyferencjału semantycznego, badania instrumentalne, wywiady grupowe zogniskowane na jednym problemie (fokusowe), burze mózgów, – przykłady badania nad skutkami oddziaływania mediów.</p> <p>I. Multidyscyplinarność medioznawstwa a bogactwo jego metod i technik badawczych. Podejście fenomenologiczne a komunikologiczne do przedmiotu i materiału badań. Typologia metod i technik według kryterium ich macierzystej dyscypliny.</p> <p>Podczas ćwiczeń omawiane będą natomiast następujące zagadnienia:</p> <p>1. Typologia metod i technik w badaniach medioznawczych według kryteriów przedmiotu zainteresowania badawczego (Lasswell, Gerbner). Badania nad nadawcą (wydawcą, redakcją, redaktorami, dziennikarzami), kanałem, przekazem, kodem itd.</p> <p>2. Przekaz jako centralny element w badaniach medioznawczych. Klasyfikacja przekazów według różnych dyscyplin (genologia, politologia, socjologia, psychologia itd.) i według funkcji społecznych. Postulat badań procesualnych, konektywnych, misocentrycznych, dynamicznych, kwantytatywnych,</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

							<p>funkcjonalno-instrumentalnych i prakseologicznych.</p> <p>3. Standardowa analiza zawartości – koronna metoda badawcza medioznawstwa. Pytania badawcze jako punkt wyjścia do ustalania procedury badawczej, tzn. do operacjonalizacji problematyki, doboru jednostek losowania, analizy, dobór próby, system obliczeń.</p> <p>4. Analiza zawartości: Klucz kategoryzacyjny („system klasyfikacji”); kategorie wskaźnikowe w kluczu (czynniki ekspozycyjności) analiza danych, korelacje; analiza porównawcza.</p> <p>5. Niestandardowe analizy zawartości: rekonstrukcja obrazu świata; słowa sztandarowe, słowa klucze; analizy mające na celu ustalenie autorstwa tekstu oraz ustalenie właściwości autora (autorytarność, egotyczność itp); General Inquirer; CACA.</p> <p>6. Kto nas czyta? Kto nas słucha? Źródła informacji o odbiorze gazety; dane o kolportażu, listy i telefony, spotkania z publicznością, ankieta prasowa, badania ankietowe. Dane o kanałach: zasięg dostępności i odbioru (stałego, dorywczego), struktura publiczności, liczba osób na 1 egz.; własność. Zaufanie, wizerunek.</p> <p>7. Terenowe badania ankietowe (wywiad z instrukcją, wywiad z kwestionariuszem); sondaże ankietowe (ankieta pilotowana, samozwrotna ankiet pocztowa); telefoniczny sondaż opinii; ankiet w internecie; ankiet zbiorowa;</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

							<p>obserwacja uczestnicząca; dzienniczki telewidza; telemetria.</p> <p>8. Reprezentacyjność i reprezentatywność badań; wielkość próby; próby losowe i udziałowe; operat losowania. Kwestionariusz – ankieta; pytania otwarte i zamknięte; metryczka.</p> <p>9. Metody laboratoryjne i eksperymentalne; eksperymenty w warunkach quasi-naturalnych; testy (test brakujących słów – cloze procedure); dyferencjał semantyczny; badania eksperymentalno-instrumentalne (wariograf).</p> <p>10. Problemowe (zogniskowane) wywiady grupowe („fokusy”); burze mózgów.</p> <p>11. Badania skutków komunikowania; badania wpływu różnych czynników na skutki komunikowania (Hovland); eksperyment wymiany wypowiedzi (copy test); badania panelowe; badania przypadku (case studies).</p> <p>12. Badania kompleksowe (dwuczynnikowe) z zastosowaniem dwu metod, np. zawartość i odbiór (teoria kultywacji i powszechników kulturowych G. Gerbnera).</p> <p>13. Badania kompleksowe z zastosowaniem wielu metod i technik badawczych; weryfikacja różnych hipotez i ustalenie różnych korelacji.</p> <p>14. Podsumowanie: krytyczny przegląd różnych metod i technik stosowanych w badaniach medioznawczych.</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

5.	Dezinformacja i fact-checking			N	kierunkowy	30	3	Celem zajęć jest ukazanie problematyki dezinformacji we współczesnych mediach, zapoznanie uczestników z koncepcją dezinformacji, metodami i technikami oraz konkretnymi przykładami takich działań. Zaprezentowane zostaną sposoby analizy źródeł informacji oraz fake newsów, a także sposoby weryfikacji informacji umieszczanych w mediach społecznościowych za pomocą narzędzi fact-checkingowych.	DS2aK_W02 DS2aK_W06 DS2aK_W17 DS2aK_W25 DS2aK_U03 DS2aK_U13 DS2aK_U27 DS2aK_K11 DS2aK_K14 DS2aK_K17
6.	Dziennikarstwo agencyjne			N	kierunkowy	30	3	Celem zajęć jest przekazanie praktycznych umiejętności związanych z pracą w agencjach dziennikarskich, obejmujących wiedzę o specyfice dziennikarstwa agencyjnego w zakresie metod działania, źródeł i narzędzi weryfikacji informacji, gatunków i form publikacji, a także zastosowania rozwiązań technologicznych.	DS2aK_W08 DS2aK_W16 DS2aK_W18 DS2aK_W28 DS2aK_U06 DS2aK_U11 DS2aK_U13 DS2aK_K02 DS2aK_K05
7.	Fotodziennikarstwo			N	kierunkowy	30	2	Celem kształcenia jest osiągnięcie umiejętności kreatywnego wykorzystania fotografii dla celów: medialnych, dziennikarskich, artystycznych, promocyjnych, wizerunkowych, naukowych itd. Kształcenie odbywa się poprzez poznanie teorii oraz zajęcia w uniwersyteckim studio fotograficznym i pracowni komputerowej (postprodukcja). Pierwszym elementem jest poznanie środków stylistycznych stosowanych przez współczesnych fotografów – specjalistów od wizerunku i promocji. Następnym	DS2aK_W17 DS2aK_W19 DS2aK_U15 DS2aK_U12 DS2aK_K10 DS2aK_K14

								elementem kształcenia są zajęcia praktyczne w trakcie których student uczy się stosować zdobytą wiedzę w praktyce rejestrowania i edycji obrazu.	
8.	Warsztat dźwięku			N	kierunkowy	30	2	<p>Warsztaty przygotowują kompetentnych dziennikarzy pracujących z dźwiękiem, którzy potrafią posługiwać się specyficznym językiem informacji radiowej, podcastowej i innych form audialnych, znają zasady wystąpień na żywo, prowadzenia audycji i montażu oraz realizacji podstawowych dziennikarskich form dźwiękowych. Szczególny nacisk kładzie się na kompetencje związane z wystąpieniami przed mikrofonem oraz na umiejętności techniczne, dotyczące obsługi nowoczesnego sprzętu w studiu radiowym. Absolwent kursu przygotowany jest do pracy w newsroomach redakcji radiowych, tworzenia contentu podcastowego, samodzielnej obsługi mikrofonu i miksera. Posiada również umiejętności potrzebne do prowadzenia programów publicystycznych. Warsztaty przygotowują kompetentnych prezenterów i realizatorów dźwiękowych. Absolwent warsztatów swobodnie posługuje się nowoczesnym sprzętem do produkcji i realizacji dźwięku, zna zasady pracy z mikrofonem, świadomego operowania głosem, potrafi samodzielnie poprowadzić audycje rozrywkowe i tematyczne. Studenci zdobywają także</p>	DS2aK_W06 DS2aK_W13 DS2aK_W14 DS2aK_W19 DS2aK_U08 DS2aK_U10 DS2aK_U11 DS2aK_U12 DS2aK_U13 DS2aK_U14 DS2aK_U15 DS2aK_U17 DS2aK_U21 DS2aK_U22 DS2aK_K01 DS2aK_K02 DS2aK_K03 DS2aK_K07 DS2aK_K09 DS2aK_K10 DS2aK_K12

								niezbędne umiejętności montażu komputerowego materiałów dźwiękowych. Potrafią wykazać się znajomością formatów radiowych, zasad konstruowania playlisty itd.	
9.	Kreacja pracy obrazem			N	kierunkowy	30	2	<p>Studenci znają zasady dokumentacji informacyjnego programu telewizyjnego i pracy ekipy na planie filmowym. Potrafią przeprowadzić wywiad czy sondę oraz dobrać tło do wypowiedzi rozmówcy. Biegłe posługują się terminologią związaną z pracą operatora kamery. Wiedzą, jak przygotować się do montażu krótkiego materiału informacyjnego, znają metody tworzenia scenariusza reportażu telewizyjnego (linia tekstu, linia obrazu, dramaturgia: zawiązanie akcji, punkt kulminacyjny, kontrapunkt, efekt „trzęsienia ziemi” na wstępie).</p>	DS2aK_W01 DS2aK_W06 DS2aK_W07 DS2aK_W10 DS2aK_W12 DS2aK_W13 DS2aK_W14 DS2aK_W17 DS2aK_W19 DS2aK_W21 DS2aK_W22 DS2aK_W23 DS2aK_U02 DS2aK_U07 DS2aK_U08 DS2aK_U09 DS2aK_U11 DS2aK_U12 DS2aK_U13 DS2aK_U14 DS2aK_U15 DS2aK_U16 DS2aK_U22 DS2aK_U24 DS2aK_K01 DS2aK_K02 DS2aK_K05 DS2aK_K06 DS2aK_K09 DS2aK_K14

10.	Media przyszłości – wyzwania i prognozy			N	kierunkowy	30	4	Celem kursu jest zapoznanie studentów z badaniami nad przyszłością mediów, analizą obszarów społecznych, kulturowych, technologicznych i środowiskowych związanych z przyszłymi formami medialnymi. Studenci zostaną wprowadzeni w tematykę historii badań nad przyszłością mediów, poznają sposoby i metody aktualnych badań, a także perspektywy oraz prognozy przyszłych mediów.	DS2aK_W05 DS2aK_W06 DS2aK_W07 DS2aK_W09 DS2aK_W26 DS2aK_U01 DS2aK_U04 DS2aK_U28 DS2aK_K05 DS2aK_K14
11.	System medialny w Polsce			N	kierunkowy	30	4	Celem kursu jest poznanie najnowszych tendencji i zjawisk dotyczących polski system medialny. Przedstawienie charakterystyki najbardziej aktualnych problemów, z którymi mierzy się system mediów w Polsce: upolitycznienie mediów publicznych, rozwój telewizji cyfrowej naziemnej, przyszłe formy telewizji (telewizja hybrydowa, mobilna, video on demand), zanik radia lokalnego, trudności w egzekwowaniu abonamentu radiowo-telewizyjnego, kryzys prasy drukowanej wynikający ze spadków czytelnictwa i wpływów reklamowych.	DS2aK_W01 DS2aK_W06 DS2aK_W08 DS2aK_W10 DS2aK_W14 DS2aK_W15 DS2aK_W22 DS2aK_U01 DS2aK_U02 DS2aK_U05 DS2aK_K03 DS2aK_K04 DS2aK_K09
12.	Dyskurs medialny – język, hipertekst, konwergencja			N	kierunkowy	30	4	Celem kursu jest zapoznanie studentów ze sposobami rozumienia pojęcia dyskursu w odniesieniu do mediów, charakterystyka podstawowych dyskursów funkcjonujących w przestrzeni życia społecznego, określenie cech dyskursywnego ujmowania gatunków wypowiedzi dziennikarskiej. Podejmowane są	DS2aK_W06 DS2aK_W14 DS2aK_W27 DS2aK_U08 DS2aK_U20 DS2aK_K14

								zagadnienia identyfikowania dyskursów, analizy ich budowy, języka, związków ze zjawiskiem medialności, hipertekstualności, konwergencji medialnej.	
13.	Deontologia dziennikarska			N	kierunkowy	15	2	<p>Cykl zajęć wprowadza w obszerną problematykę etyczną współczesnego dziennikarstwa i różnych form komunikowania społecznego oraz prezentuje podstawowe zasady personalistycznej deontologii mediów i komunikacji. Treść wykładów obejmuje dwa cykle tematyczne. Celem pierwszego cyklu, mającego charakter propedeutyczny, jest wprowadzenie w główne zagadnienia etycznego wymiaru mediów i komunikowania społecznego. Celem tej części zajęć jest prezentacja paradygmatycznych fundamentów oraz podstawowych zasad personalistycznej deontologii mediów. Drugi cykl tematyczny dotyczy wybranych obszarów etyki mediów: obszaru organizacji i funkcjonowania struktur medialnych, obszaru szczegółowych deontologii medialnych oraz medialnych etyk zawodowych, obszaru etyki odbiorców mediów i komunikowania międzykulturowego. 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</p>	DS2aK_W05 DS2aK_W16 DS2aK_W17 DS2aK_W18 DS2aK_W20 DS2aK_U11 DS2aK_U12 DS2aK_U19 DS2aK_U22 DS2aK_K03 DS2aK_K11 DS2aK_K12 DS2aK_K13 DS2aK_K14 DS2aK_K15 DS2aK_K16

								etycznej w dziedzinie mediów i komunikowania społecznego. Celem trzeciej grupy tematycznej jest kształtowanie kompetencji etycznych w różnych obszarach współczesnych mediów na podstawie praktycznych ćwiczeń w rozwiązywaniu dylematów etycznych w działaniach komunikacyjnych. Zamierzone cele dydaktyczne: podstawowa orientacja w problematyce etycznej mediów; 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 mediów i komunikowania społecznego.	
14.	Warsztaty etyki dziennikarskiej			N	kierunkowy	15	1	Cykl zajęć jest kształtowanie kompetencji etycznych w różnych obszarach współczesnych mediów na podstawie praktycznych ćwiczeń w rozwiązywaniu dylematów etycznych w działaniach komunikacyjnych. Zamierzone cele dydaktyczne: podstawowa orientacja w problematyce etycznej mediów; znajomość współczesnego dyskursu etycznego w kontekście mediów; zdobycie umiejętności etycznego wartościowania działań medialnych. Struktura	DS2aK_W05 DS2aK_W16 DS2aK_W17 DS2aK_W18 DS2aK_W20 DS2aK_U11 DS2aK_U12 DS2aK_U19 DS2aK_U22 DS2aK_K03 DS2aK_K11 DS2aK_K12

								i problematyka ćwiczeń gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi etycznego wartościowania oraz ich merytoryczne przygotowanie do samodzielnej oceny oraz możliwości rozwiązywania problematyki etycznej w dziedzinie mediów i komunikowania społecznego.	DS2aK_K13 DS2aK_K14 DS2aK_K15 DS2aK_K16
15.	Prawo autorskie i prawa pokrewne				kształcenia ogólnego	30	4	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z przepisami prawa autorskiego i praw pokrewnych; przedmiot ochrony (definicje utworu; utworów zależnych i inspirowanych), podmiot prawa autorskiego, ochrona autorskich praw osobistych (plagiat) oraz autorskich praw majątkowych.	DS2aK_W02 DS2aK_W03 DS2aK_W05 DS2aK_W07 DS2aK_W09 DS2aK_W10 DS2aK_W11 DS2aK_U03 DS2aK_U05 DS2aK_U18 DS2aK_K08 DS2aK_K09
16.	Generatywna AI i przyszłość dziennikarstwa prasowego			N	kierunkowy	30	4	Celem przedmiotu jest rozszerzenie wiedzy studentów na temat zasad działania generatywnej sztucznej inteligencji, jej narzędzi i technik z uwzględnieniem badań, zarówno w zakresie przyszłości dziennikarstwa, jak i badań medioznawczych.	DS2aK_W06 DS2aK_W15 DS2aK_W18 DS2aK_W26 DS2aK_W29 DS2aK_U06 DS2aK_U13 DS2aK_U23 DS2aK_U29 DS2aK_K18
17.	Zarządzanie informacją i wiedzą			N	kierunkowy	30	3	Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do pełnienia roli menedżerów informacji i wiedzy w różnego typu organizacjach (komercyjnych i niekomercyjnych). Studenci będą	DS2aK_W06 DS2aK_W22 DS2aK_W23 DS2aK_U07 DS2aK_U13

								przygotowywani do rozumienia znaczenia informacji i wiedzy we współczesnych organizacjach oraz koncepcje zarządzania informacją i zarządzania wiedzą.	DS2aK_U25 DS2aK_K02 DS2aK_K11
18.	Myślenie krytyczne	H			kształcenia ogólnego	15	2	Rozwinięcie krytycznej i kreatywnej postawy w studiowaniu. Studenci uczą się z filozoficznymi sposobami rozumowania, podejmowania negocjacji, mediacji, argumentowania swoich przekonań. Implikatury konwersacyjne, szybkie i wolne myślenie, przeszkody w myśleniu i uzasadnianiu swojego stanowiska.	DS2aK_W15 DS2aK_W18 DS2aK_U02 DS2aK_U06 DS2aK_U13 DS2aK_K05 DS2aK_K06
19.	Podcasty: kreacja treści			N	kierunkowy	15	1	Celem zajęć jest rozszerzenie wiedzy na temat tworzenia dźwiękowych produkcji podcastów. Treściowe i formalne zróżnicowanie podcastów w porównaniu z produkcją radiową, kreowanie treści, podcasty w Polsce i za granicą, warsztat dźwiękowy, sposoby dystrybucji, przyszłość podcastingu. Podcasty – definicja i ogólna charakterystyka	DS2aK_W05 DS2aK_W17 DS2aK_W19 DS2aK_W26 DS2aK_U06 DS2aK_U17 DS2aK_U21 DS2aK_K01 DS2aK_K09
20.	Vlogi: jakość i technologia			N	kierunkowy	15	1	Kurs ma na celu zaznajomienie studenta ze zjawiskiem vlogosfery, jakości i technologii tworzenia vlogów, powodów popularności i wpływu na odbiorców.	DS2aK_W05 DS2aK_W17 DS2aK_W19 DS2aK_W26 DS2aK_U06 DS2aK_U17 DS2aK_U21 DS2aK_K01 DS2aK_K09

21.	Virtual storytelling			N	kierunkowy	15	1	Celem przedmiotu jest wprowadzenie w tematykę narracji we współczesnym świecie, tworzenia teorii narracji, wirtualnego storytellingu, marketingu narracyjnego, strategii wizerunkowych w przestrzeni dziennikarskiej, marketingu społecznym, polityce, badaniach medialnych, nowych mediach; digital storytelling, perspektywy rozwoju storytellingu.	DS2aK_W11 DS2aK_W13 DS2aK_W15 DS2aK_W26 DS2aK_U17 DS2aK_K06
22.	Strategie komunikacji jakościowej w mediach społecznościowych			N	kierunkowy	15	1	Przedmiot ma na celu pogłębienie wiedzy studentów na temat jakości komunikacji i komunikatu medialnego w mediach społecznościowych. Skupia się na genezie, netykcie, biznesie. Student uczy się w świadomy sposób tworzyć jakościowe nowe media i równie świadomie je odbierać.	DS2aK_W05 DS2aK_W16 DS2aK_W19 DS2aK_W24 DS2aK_W26 DS2aK_U07 DS2aK_U14 DS2aK_K12
23.	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów			N	kierunkowy	30	4	Celem wykładu jest: – zapoznanie ze sposobami oddziaływania środków społecznego przekazu, – zwrócenie uwagi na udział środków komunikowania masowego w zmianie myślenia współczesnego człowieka na temat: natury, kultury, cywilizacji, wiary oraz życia społecznego, – poszukiwanie sposobów przewycięzania zagrożeń i dostrzeganie nadziei związanej z cywilizacją medialną, – próba zdefiniowania kultury i cywilizacji jako systemu wartości w świetle wybranych teorii,	DS2aK_W04 DS2aK_W05 DS2aK_W06 DS2aK_W08 DS2aK_U01 DS2aK_U03 DS2aK_U04 DS2aK_U06 DS2aK_U07 DS2aK_K02 DS2aK_K06 DS2aK_K08 DS2aK_K11

							<ul style="list-style-type: none"> - kultura chrześcijańska i cywilizacja łacińska wobec współczesnych prób homogenizacji, - człowiek w świecie mediów: natura, kultura, wiara, - rola środków masowego przekazu w społeczeństwie informacyjnym, cztery funkcje mediów: informacyjna, kulturotwórcza, edukacyjna, rozrywkowa, - media a długofalowa zmiana społeczna i kulturowa wobec zderzenia cywilizacji, - cztery metafory telewizji, - media - siedem drogowskazów, - specyfika Internetu a cywilizacja miłości, - chrześcijańska Europa w dobie medialnej globalizacji. 		
24.	Psychologia mediów i komunikowania			N	kierunkowy	30	4	<p>Znajomość podstaw psychologii mediów i komunikowania jest niezbędna dla psychologa zajmującego się oddziaływaniem mediów na człowieka i społeczność, oraz dla każdego, kto ma potrzebę rozumienia zachowań komunikacyjnych człowieka. Zaznajomienie z funkcjami psychologii i mediów w działalności komunikacyjnej. Rozumienie zastosowań teorii psychologicznych w działalności medialnej. Umiejętność tworzenia komunikatów z zastosowaniem reguł psychologicznych. Znajomość uzasadnień psychologicznych dla uwarunkowań prawnych komunikowania społecznego. Przegląd tradycji analiz w zakresie teorii mediów z punktu widzenia uwzględniania wymiaru</p>	<p>DS2aK_W04 DS2aK_W05 DS2aK_W15 DS2aK_U01 DS2aK_U02 DS2aK_U03 DS2aK_K07 DS2aK_K10 DS2aK_K11</p>

							psychologicznego (socjopsychologiczna, cybernetyczna, retoryczna, semiotyczna, socjokulturowa, fenomenologiczna). Analiza psychologiczna cech odbiorcy przekazu medialnego. Ścieżki oddziaływania medialnego. Przegląd teorii oddziaływania mediów. Teoria kultywacji, mechanizmy kultywacji, mechanizm rezonansu. Źródła zniekształcenia obrazu rzeczywistości w procesie komunikacji. Teoria spirali milczenia. Rola stereotypów w komunikowaniu i przekazie medialnym. Psychologiczne teorie wpływu mediów na agresję widzów. Teoria społecznego uczenia się agresji, teoria podekscytowania, teoria nowych skojarzeń poznawczych, teoria skryptów poznawczych, teoria kultywacji. Teoria rezonansu poznawczego, mechanizm projekcji. Zjawiska psychologiczne w nowych mediach i w komunikacji internetowej.		
25.	Badania publiczności i odbiorców mediów			N	kierunkowy	30	3	Celem kursu jest zapoznanie studentów ze sposobami badań odbiorców medialnych. Określenie audytorium medialnego, modele wyjaśniające wpływ medialny, oddziaływanie społeczne mediów, badania czytelnictwa prasy, słuchalności radia, oglądalności telewizji, pomiar widowni internetowej, pomiar odbioru przekazu reklamowego.	DS2aK_W06 DS2aK_W08 DS2aK_W16 DS2aK_U02 DS2aK_U03 DS2aK_U07 DS2aK_K10 DS2aK_K12

26.	Innowacyjność projektowania eventów			N	kierunkowy	30	2	Podczas zajęć student zostanie zaznajomiony w problematyką projektowania wydarzeń w epoce mediów cyfrowych, z wykorzystaniem innowacyjnych technologii komunikacyjnych. Omówiona zostanie m.in. kreatywność w organizacji wydarzeń na poziomie planowania, organizowania, promowania itd.	DS2aK_W02 DS2aK_W03 DS2aK_U03 DS2aK_U06 DS2aK_U15 DS2aK_K02 DS2aK_K06
27.	Przedmiot do wyboru (12)		W		kierunkowy	360	24	M.in. <ul style="list-style-type: none"> - Analiza danych - Bezpieczeństwo w świecie cyfrowym - Cenzura i ograniczenia wolności mediów - Creative writing - Dziennikarstwo danych - Dziennikarstwo ekonomiczne - Dziennikarstwo mobilne - Dziennikarstwo muzyczne - Dziennikarstwo newsowe - Dziennikarstwo polityczne i biznesowe - Dziennikarstwo religijne - Dziennikarstwo śledcze i interwencyjne - Dziennikarstwo sportowe - E-dziennikarstwo - Eventology i kreatywność w komunikowaniu - Eventy kulturalne - Grafika koncepcyjna - Ilościowe metody badań mediów - Jakościowe metody badań mediów - Językowe odmiany medialne - Kultura informacji - Medialny crisismanagement 	DS2aK_W01 DS2aK_W05 DS2aK_W06 DS2aK_W11 DS2aK_W14 DS2aK_W17 DS2aK_W19 DS2aK_W28 DS2aK_U04 DS2aK_U06 DS2aK_U14 DS2aK_U15 DS2aK_U21 DS2aK_U22 DS2aK_K02 DS2aK_K03 DS2aK_K04 DS2aK_K05 DS2aK_K06 DS2aK_K12 DS2aK_K15

								<ul style="list-style-type: none"> - Medietyzacja życia społecznego - Nowe media w aktywizmie społecznym - Nowoczesne biuro prasowe i newsroom - Samoregulacja rynku medialnego - Statystyka 	
28.	Proseminarium magisterskie		W	N	kierunkowy	30	6	<ol style="list-style-type: none"> 1. Specyfika seminarium magisterskiego. 2. Specyfika pracy magisterskiej jako kwalifikowanej pracy naukowej. 3. Kryteria naukowości pracy magisterskiej. 4. Metodyka pisania pracy magisterskiej. 5. Struktura pracy magisterskiej kierunkowej i specjalnościowej. 6. Specyfika problematyki naukowej: metodologia i zawartość treściowa. 7. Metodologia badań medioznawczych. 8. Metody teoretyczne w badaniach mediów i komunikacji społecznej. 9. Metody empiryczne w badaniach mediów i komunikacji społecznej. 10. Dokumentacja badań i analiz w pracy naukowej. 11. Bibliografia i netografia źródłowa i przedmiotowa. 12. Projekt badania naukowego: problem badawczy, projekt pracy. 13. Projekt badania naukowego: źródła wiedzy i metody badań własnych. 14. Dyskurs nad problemami badawczymi – umiejętność oceny i wartościowania. 15. Prezentacja szkicu pracy magisterskiej. 	DS2aK_W04 DS2aK_W09 DS2aK_W16 DS2aK_U05 DS2aK_U14 DS2aK_K01

29.	Seminarium magisterskie		W	N	kierunkowy	60	12	<ol style="list-style-type: none"> 1. Analiza magisterskich projektów badawczych: metodologia i zawartość treściowa. 2. Analiza stanu wiedzy i dostępnej literatury w zakresie projektów badawczych. 3. Pogłębiona kwerenda bibliograficzna w bibliotekach tradycyjnych. 4. Pogłębiona kwerenda bibliograficzna w bibliotekach cyfrowych. 5. Dostęp i korzystanie z narzędzi internetowych w badaniach empirycznych. 6. Metody badań medioznawczych: teoria i doświadczenie. 7. Metody badań nowych mediów: laboratorium mediów społecznościowych. 8. Metody badań zawartości Internetu. 9. Metody badań prasy, radia i telewizji. 10. Prawo autorskie i ochrona własności intelektualnej w badaniach naukowych. 11. Analiza prowadzonych w Polsce i świecie projektów badawczych w zakresie nauk o mediach. 12. Analiza publikacji tematycznych w zakresie nauk o mediach. 13. Przygotowanie własnej recenzji publikacji naukowych. 14. Opracowanie i prezentacja własnego projektu badawczego: dyskusja. 15. Przygotowanie własnej publikacji naukowej: artykuł, prezentacja wyników badań. 	DS2aK_W01 DS2aK_W09 DS2aK_W16 DS2aK_U05 DS2aK_U14 DS2aK_K01
-----	-------------------------	--	---	---	------------	----	----	--	--

							<p>16. Rola i znaczenie konferencji naukowych.</p> <p>17. Uczestnictwo w konferencji naukowej i udział w jej organizacji.</p> <p>18. Techniki redakcji pracy magisterskiej.</p> <p>19. Dyskurs problemowy w pracy: sztuka argumentacji i wnioskowania.</p> <p>20. Kompetencje wartościowania poglądów, ocen i wniosków.</p> <p>21. Analiza i prezentacja wyników badań empirycznych.</p> <p>22. Wzór formatowania pracy: struktura formalna i warsztat edytorski.</p> <p>23. Prezentacja problemu badawczego pracy magisterskiej.</p> <p>24. Dyskusja nad problematyką pisanych prac magisterskich.</p> <p>25. Warunki formalne przyjęcia pracy magisterskiej do obrony.</p> <p>26. Przygotowanie do prezentacji i obrony pracy magisterskiej.</p>		
30.	Konwersatorium języka angielskiego				lektorat	60	5	<p>1. Doskonalenie umiejętności budowania wypowiedzi właściwych pod względem gramatycznym oraz logicznym.</p> <p>2. Kształtowanie postawy szacunku dla innych kultur.</p> <p>3. Wzbogacanie zasobu słownictwa w zakresie poniższych zagadnień:</p> <ul style="list-style-type: none"> - system wartości, - rzeczywistość wirtualna, - komunikacja międzyludzka, - stres, - globalizacja, - postęp technologiczny, - ochrona środowiska. <p>4. Doskonalenie poprawnej wymowy oraz intonacji.</p>	DS2aK_U09 DS2aK_U10 DS2aK_K10

								<p>5. Doskonalenie poprawnego użycia znanych już struktur gramatycznych.</p> <p>6. Stosowanie strategii kompensacji oraz parafrazy.</p> <p>7. Wykorzystywanie wyrażenia potrzebnych do realizacji celów zajęć w zakresie interakcji ustnych, obejmujących swoim zakresem struktury używane do:</p> <ul style="list-style-type: none"> - włączania się do dyskusji oraz oddawania głosu innym, - wyrażania i uzasadniania swoich poglądów w sposób kulturalny, - wprowadzania wypowiedzi o charakterze przeciwstawiającym się, - rozpoczynania, podtrzymywania oraz kończenia dyskusji, - zespolenia wypowiedzi tak, aby miała ona charakter płynny, klarowny i spójny (choć mogą pojawiać się pewne nieścisłości), - wyrażenia zawahania, wątpliwości. <p>8. Doskonalenie umiejętności czytania i słuchania ze zrozumieniem według założeń określonych dla poziomu B2+ w ESOKJ.</p>	
Łączna liczba punktów ECTS							120		
Łączna liczba godzin						1 185			

2. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności/ modułu ... z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

NIE DOTYCZY

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

Program studiów nie przewiduje praktyk zawodowych.

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 magisterskiego.

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