

UNIwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie
WYDZIAŁ TEologiczny

kierunek: dziennikarstwo i komunikacja społeczna (studia II stopnia)

1. Dokumentacja dotycząca opisu efektów kształcenia dla programu kształcenia.

Nazwa kierunku studiów i kod programu wg USOS	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		
Poziom kształcenia	Studia II stopnia		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne		
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	magister		
Obszar/-y kształcenia	Nauki humanistyczne, nauki społeczne		
Dziedzina nauki i dyscyplina naukowa	Dziedzina nauk humanistycznych (71%), Dziedzina nauk społecznych (20%); dziedzina nauk ekonomicznych (4%); dziedzina nauk prawnych (5%) Dyscypliny: w dziedzinie nauk humanistycznych – nauki o zarządzaniu, językoznawstwo, kulturoznawstwo w dziedzinie nauk społecznych – nauki o mediach w dziedzinie nauk ekonomicznych – nauki o zarządzaniu w dziedzinie nauk prawnych - prawo		
Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych na uczelni	Istnieją studia stacjonarne I stopnia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”. Nie ma podobnych studiów na poziomie II stopnia. Istnieją natomiast pięcioletnie jednolite studia magisterskie na kierunku „teologia” ze specjalnością „edukacja medialna i dziennikarstwo”.		
Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania tytułu zawodowego	120		
Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów obszarowych	symbol	Efekt kształcenia dla absolwenta	Odniesienie do efektów kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk
	wiedza		
	K_W01	Zna poszerzoną terminologię z zakresu nauk o mediach i nauk o zarządzaniu, rozumie ich źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	H2A_W01 H2A_W02 S2A_W01
	K_W02	Ma pogłębioną wiedzę na temat medioznawstwa oraz nauk o zarządzaniu, ich miejscu w systemie nauk i przedmiotowych oraz metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	H2A_W03 S2A_W01
K_W03	Ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej	H2A_W08 H2A_W10 S2A_W07	

		i aktualnej kodyfikacji prawa autorskiego, prawa mediów oraz aktów prawnych regulujących dostęp do informacji publicznej), a także o zasadach i branżowych kodeksach etycznych, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, normach oraz zasadach i przepisach dotyczących struktur społecznych, a szczególnie instytucji medialnych oraz instytucji kultury, rządzących nimi prawidłowościach oraz o ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach działania	
K_W04	Zna dogłębnie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie głównych nurtów kultury światowej i polskiej (XX-XXI wiek) oraz komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego	H2A_W04 H2A_W07 H2A_W10	
K_W05	Potrafi precyzyjnie wskazać i dokładnie wyjaśnić różnice między dziennikarstwem a <i>public relations</i> , precyzyjnie określa i opisuje ich wzajemne relacje i zależności, dobrze zna historię, cel i zadania <i>public relations</i> oraz zasady i metody działań z zakresu <i>public relations</i>	H2A_W05 S2A_W08	
K_W06	Ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń	H2A_W07 S2A_W05	
K_W07	Zna rozmaite struktury, instytucje i systemy polityczne na świecie oraz ma poszerzoną wiedzę o relacjach i zależnościach między nimi, a także o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych, narzędziach badania procesów społecznych, badań opinii publicznej i czynników, które jej kształtują	S2A_W02 S2A_W03	
K_W08	Dogłębnie zna pojęcia z zakresu ekonomii, prawa rządzące rynkami kapitałowymi, jak również z ekonomiki mediów i zarządzania mediami (lub	S2A_W08	

	instytucji sektora medycznego, w zależności od wybranej specjalności)	
K_W09	Głęboko rozumie potrzebę komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zna w stopniu zaawansowanym wszystkie obowiązki i zadania rzecznika prasowego instytucji	H2A_W03 H2A_W04 S2A_W04 S2A_W06
K_W10	Posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z marketingiem i <i>public relations</i> w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i instytucjach kultury (lub sektora medycznego, w zależności od wybranej specjalności), rozszerzoną wiedzę o reklamie i branży reklamowej, również w mediach społecznościowych	H2A_W04 H2A_W10 S2A_W11
K_W11	Zna biegle zasady języka polskiego (pisowni i wymowy), środki stylistyczne, retoryczne i erytyczne, mowę ciała oraz zasady prowadzenia debat i sporów publicznych w mowie i na piśmie oraz zasad pracy z mediami audiowizualnymi, komputerem i Internetem, a także ze współczesnymi narzędziami multimedialnymi	H2A_W03 H2A_W07 H2A_W09
K_W12	Zna dobrze specyfikę i podstawowe różnice między poszczególnymi mediami (prasa, radio i telewizja) oraz cechy gatunkowe właściwe dla tych mediów, jak również dla nowych mediów i mediów społecznościowych.	H2A_W06 S2A_W11
K_W13	Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę w zakresie zasad i norm etycznych	H2A_W05 H2A_W07
K_W14	Ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji świata kultury (lub sektora medycznego – w zależności od wybranej specjalności), ich elementach, współdziałaniu, oddziaływaniu na społeczeństwo w różnych wymiarach i aspektach oraz posiada dogłębną orientację we współczesnym życiu kulturalnym	H2A_W10
K_W15	Ma pogłębioną wiedzę na temat	S2A_W08

	funkcjonowania grup i instytucji oraz zarządzania nimi	
K_W16	Posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z komunikacją, marketingiem i <i>public relations</i> w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i świata kultury (lub sektora medycznego – w zależności od wybranej specjalności), rozszerzoną wiedzę o zarządzaniu wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy.	H2A_W04 H2A_W05 H2A_W08 H2A_W10 S2A_W03
K_W17	Zna w sposób pogłębiony techniki pozyskiwania danych i informacji oraz potencjalne źródła informacji; posiada dogłębną wiedzę na temat zasad selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji	H2A_W07 S2A_W11
K_W18	Posiada rozszerzoną wiedzę na temat zarządzania małymi i średnimi firmami, projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach (w tym instytucjach kultury i sektora medycznego), a także działalności <i>public relations</i> i marketingowej na rzecz ww. instytucji.	H2A_W10 S2A_W11
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Biegle zna, dobrze rozpoznaje i znakomicie umie posługiwać się wszystkimi gatunkami dziennikarskimi, adekwatnymi do potrzeb komunikacji medialnej, a także rozpoznaje i biegle wykorzystuje specyfikę komunikacji w nowych mediach oraz w mediach społecznościowych	H2A_U01 H2A_U08 H2A_U09 S2A_U06
K_U02	Potrafi precyzyjnie określić i wykorzystać rozmaite źródła informacji dziennikarskich, a także korzystać z różnych źródeł informacji; dokonuje biegle selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji oraz swobodnie posługuje się nimi w pracy we wszystkich rodzajach mediów oraz w komunikacji z mediami i komunikacji	H2A_U01 H2A_U03 S2A_U06

	marketingowej	
K_U03	Biegłe konstruuje wszystkie formy informacyjne (pisemne i ustne), bezbłędnie dokonuje selekcji zdobywanych informacji, zauważa i wskazuje na zależności między nimi i ich wpływ na procesy społeczne i postawy indywidualne odbiorców	H2A_U09 H2A_U10 S2A_U08
K_U04	Posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania pisemnych tekstów w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami ortografii, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny	H2A_U09
K_U05	Posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami retoryki, wymowy, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny	H2A_U10
K_U06	Dobrze potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk ekonomicznych, w tym na rynku medialnym lub w sektorze medycznym, w zależności od wybranej specjalności. Dogłębnie analizuje ich genezę, powiązania oraz przewiduje skutki	S2A_U01
K_U07	Potrafi w stopniu zaawansowanym prawidłowo interpretować przekazy medialne, badać różne rodzaje mediów i interpretować wyniki tych badań, analizować dyskurs medialny, dokonywać monitoringu mediów oraz badać i kształtować opinię publiczną, rozpoznawać próby manipulacji i propagandy i bronić się przed nimi, a także mechanizmy psychologiczne występujące w procesach komunikacyjnych i społecznych	H2A_U02 H2A_U04 H2A_U05 H2A_U07
K_U08	Potrafi swobodnie i	H2A_U06

	profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów, w tym także w mediach społecznościowych	H2A_U10
K_U09	Posiada dogłębną umiejętność rozróżniania narzędzi marketingu, promocji i reklamy oraz planowania mediów, umiejętność posługiwania się narzędziami marketingu, umiejętność stworzenia briefu reklamowego i przygotowania kampanii społecznej	H2A_U06 H2A_U09 H2A_U10
K_U10	Opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych i Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego	H2A_U06 H2A_U09 H2A_U10
K_U11	Umie rozpoznać, a następnie przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych rodzajów wytworów kultury w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego i miejsca w procesie historyczno-kulturowym	H2A_U05
K_U12	Potrafi biegłe nazwać i wskazać procesy wpływające na globalne i lokalne przemiany społeczno-ekonomiczne, rozumie w stopniu zaawansowanym zasady funkcjonowania rynku finansowo-bankowego i/lub sektora medycznego, w zależności od wybranej specjalności	S2A_U01 S2A_U02 S2A_U03
K_U13	Biegłe stosuje zasady etyczne i prawne, ze szczególnym uwzględnieniem etyki zawodowej i prawa mediów oraz własności intelektualnej	S2A_U05
K_U14	Posiada rozszerzone umiejętności w zakresie zarządzania małymi i średnimi firmami, projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach, a także działalności marketingowej i <i>public relations</i> na rzecz ww. instytucji.	H2A_U08 S2A_U05
K_U15	Posiada rozszerzone umiejętności w dziedzinie	H2A_U03 H2A_U04

	komunikacji, marketingu i <i>public relations</i> w kontekście zarządzania wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy.	S2A_U04 S2A_U07
K_U16	Biegłe wykorzystuje techniki komunikowania właściwe dla Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych	H2A_U08
K_U17	Ma umiejętności językowe w zakresie nauki o mediach zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, a w szczególności: posiada pogłębioną umiejętność porozumiewania się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w swojej dziedzinie oraz popularyzowania wiedzy	H2A_U01 H2A_U03 H2A_U06 H2A_U08 H2A_U09 H2A_U10 H2A_U11
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	W pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	H2A_K04
K_K02	Ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza niepowtarzalne kierunki własnego rozwoju i kształcenia, potrafi także inspirować i organizować proces uczenia innych osób	H2A_K02 H2A_K01
K_K03	Docenia znaczenie nauk o mediach i komunikowaniu oraz nauk o zarządzaniu dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	H2A_K04 S2A_K05

K_K04	Ma głębokie przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań komunikacyjnych w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się daleko posuniętą wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych w zakresie komunikacji społecznej	S2A_K07
K_K05	ma głębokie i utrwalone przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania zasad etyki zawodowej	H2A_K04 S2A_K06
K_K06	Jasno dostrzega i precyzyjnie formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane z własną i cudzą pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań, postępuje zgodnie z zasadami etyki ogólnej i zawodowej	H2A_K02 H2A_K03 H2A_K04
K_K07	jest świadomy istnienia etycznego wymiaru w działaniach instytucji medialnych oraz pracy w mediach i na rzecz mediów (lub instytucji sektora medycznego, zależnie od wybranej specjalności)	H2A_K04
K_K08	jest dobrze przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach medialnych (lub instytucji sektora medycznego, zależnie od wybranej specjalności) i zdolny do biegłego porozumiewania się z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami w danej dziedzinie, jak również przedstawicielami obcych cywilizacji	H2A_K02
K_K09	odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania związane z pracą w instytucjach medialnych (lub instytucjach sektora medycznego, zależnie od wybranej specjalności)	H2A_K03 S2A_K05