

1. Dziedziny i dyscypliny naukowe, do których odnoszą się efekty uczenia się

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Udział %
dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100

2. Opis efektów uczenia się, uwzględniający uniwersalne charakterystyki drugiego stopnia określone w ustawie o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji oraz charakterystyki drugiego stopnia określone w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust.3 ustawy – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

Studia 2. stopnia (magisterskie, dwuletnie) o profilu ogólnoakademickim to studia ze specjalności komunikacja medialno-marketingowa na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Podstawą koncepcji celów i efektów uczenia się są współczesne potrzeby rynku pracy. Dostrzeżono efekt profesjonalizacji medialnej, czyli procesu wyodrębniania się nowych zawodów medialnych i zdecydowano się odpowiedzieć na te wyzwania m.in. przez kształcenie w zakresie marketingu, public relations czy też infobrokerstwa. Na UKSW nie ma podobnych studiów 2. stopnia o profilu ogólnoakademickim. Są prowadzone studia 1. stopnia o profilu praktycznym na tym samym kierunku.

Założenia programowe znalazły swój wyraz w koncepcji bloków problemowych podczas toku studiów. Można tutaj wymienić blok komunikacyjno-kulturowy, aksjologiczno-prawny, medioznawczy, PR i marketing, biznes i zarządzanie. Zauważono większą potrzebę powiązania studiów z konkretem praktycznym, jednocześnie zdano sobie sprawę, że właściwe przygotowanie absolwenta do tych wyzwań wiedzie przez umiejętne połączenie praktyki z teorią zawodową. Stąd profil studiów określono jako ogólnoakademicki. Szczególnie jest to widoczne w specjalizacjach, które są proponowane: rzecznictwo prasowe, infobrokerska, e-public relations. Koncepcja studiów wpisuje się w misję i strategię UKSW, szczególnie dotyczy to takich aspektów jak: Język jako środek komunikacji Człowieka: wartość słowa i prawda w komunikacji interpersonalnej i społecznej; Człowiek jako podmiot kultury: twórczość ludzka we wszelkich wymiarach i jej funkcje kulturotwórcze; Człowiek wobec zmian technologicznych i cywilizacji informatycznej. Koncepcja bloków problemowych i specjalizacji wpisuje się w przyjęte efekty uczenia się.

Koncepcja celów i efektów uczenia się powstała w wyniku konsultacji ze środowiskiem interesariuszy zewnętrznych, pracodawców, przedsiębiorców i przedstawicieli instytucji społecznych oraz została poprzedzona dokładną analizą nowych możliwości zatrudnienia w innowacyjnych obszarach rynku medialnego. Zdano sobie też sprawę, że jest to nowoczesna forma edukacji medialnej, w której mowa nie tylko o badaniach audytoriów, instytucji czy tekstów medialnych, ale także o analizach specyfiki, obowiązków i motywacji nowych grup profesjonalnych. Nie mniej istotne okazały się oczekiwania samych studentów.

Przygotowują się do nowych profesji. Prowadzone studia są przestrzenią badania tych możliwości zatrudnienia, co ma także wyraz w konstrukcji prac dyplomowych czy zaliczeniowych. Badania akademickie zarówno pracowników naukowo-dydaktycznych jak i magistrantów koncentrują się wokół zagadnień funkcji, struktury, motywacji oraz deontologii nowych zawodów medialnych.

To wyjątkowy projekt studiów 2. stopnia integrujący różne dziedziny nauk o mediach i komunikacji społecznej, dający wiedzę o nowo powstałym obszarach praktyki zawodowej, gruntujący teorię w tym zakresie, dający studentom możliwość dostrzegania szans profesjonalnych i motywację dla osobistego przygotowania się do nowych wyzwań rynkowych. Łączy efekty uczenia się ze specyfiką przemian społeczno-gospodarczych na rynku medialnym. Szczególnie jest to widoczne w ramach realizowanych projektów z Narodowego Centrum Badań i Rozwoju - Program Operacyjny Wiedza Edukacja Rozwój - 3.1 Kompetencje w szkolnictwie wyższym, Absolwent z kompetencjami 2 2017-2019, Praktyki z sukcesem, Uniwersytet 2.0 2018-2021. Zdobyte zaświadczeń potwierdzonych przez pracodawcę i uczelnię, kontrola tego procesu przez odpowiednio powołanych pełnomocników ds. w/w projektów, jak również inne sprawozdania i oceny wystawiane przez interesariuszy istotnie podnoszą jakość portfolio absolwentów, umożliwiając właściwy start na rynku pracy.

Celem kształcenia na studiach 2. stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest w głównej mierze:

- dostarczanie pogłębionej wiedzy o współczesnych naukach o mediach i komunikowaniu społecznym, zgodne z efektami uczenia się;
- rozumienie kontekstu społeczno-gospodarczego funkcjonowania współczesnych instytucji medialnych, zgodne z efektami uczenia się;
- poznawanie etycznych i prawnych zasad regulujących nowe i dotychczasowe zawody medialne, zgodne z efektami uczenia się;
- prowadzenie badań medioznawczych w zakresie nowych obszarów rynku medialnego, zgodne z efektami uczenia się;
- rozwój umiejętności warsztatowych opartych o wiedzę o nowych obszarach rynku medialnego, zgodne z efektami uczenia się;
- rozwój umiejętności tworzenia i krytycznej interpretacji tekstów medialnych, zgodne z efektami uczenia się;
- rozwój w zakresie specyficznych tekstów o charakterze marketingowych, zgodne z efektami uczenia się (zależnie od specjalizacji);
- rozwój w zakresie umiejętności zarządzania mediami, zgodne z efektami uczenia się (zależnie od specjalizacji);
- kształcenie kompetencji społecznych w zakresie kreatywnej pracy zespołowej w mediach, zgodne z efektami uczenia się;
- kształcenie kompetencji społecznych w zakresie etycznej odpowiedzialności zawodowej, zgodne z efektami uczenia się.

Symbol efektu uczenia się	<p style="text-align: center;">Wiedza <i>absolwent zna i rozumie:</i></p>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
DK2_W01	zna poszerzoną terminologię z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediów, rozumie ich źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	P7U_W P7S_WG
DK2_W02	ma pogłębioną wiedzę na temat nauk o komunikacji społecznej i mediów, ich miejscu w systemie nauk i przedmiotowych oraz metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	P7U_W P7S_WG
DK2_W03	ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej 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	P7S_WK P7S_WG
DK2_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	P7S_WG P7S_WK
DK2_W05	potrafi precyzyjnie wskazać i dokładnie wyjaśnić różnice między dziennikarstwem a public relations, precyzyjnie określa i opisuje ich wzajemne relacje i zależności, dobrze zna historię, cel i zadania public relations oraz zasady i metody działań z zakresu public relations	P7S_WG
DK2_W06	ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń	P7S_WG P7U_W
DK2_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	P7S_WG P7S_WK
DK2_W08	dogłębnie zna pojęcia z zakresu ekonomii, prawa rządzące rynkami kapitałowymi, jak również z ekonomiki mediów i zarządzania mediami	P7S_WG P7S_WK

DK2_W09	głęboko rozumie potrzebę komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zna w stopniu zaawansowanym wszystkie obowiązki i zadania rzecznika prasowego instytucji	P7S_WG P7U_W
DK2_W10	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i instytucjach kultury, rozszerzoną wiedzę o reklamie i branży reklamowej, również w mediach społecznościowych	P7S_WG P7U_W
DK2_W11	zna biegle zasady języka polskiego (pisowni i wymowy), środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne, 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	P7S_WG P7U_W
DK2_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	P7S_WG P7U_W
DK2_W13	ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę w zakresie zasad i norm etycznych	P7S_WK P7S_WG
DK2_W14	ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji świata kultury, ich elementach, współdziałaniu, oddziaływaniu na społeczeństwo w różnych wymiarach i aspektach oraz posiada dogłębną orientację we współczesnym życiu kulturalnym	P7S_WK P7S_WG
DK2_W15	ma pogłębioną wiedzę na temat funkcjonowania grup i instytucji oraz zarządzania nimi	P7S_WG P7U_W
DK2_W16	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z komunikacją, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i świata kultury, rozszerzoną wiedzę o zarządzaniu wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy	P7S_WG P7U_W
DK2_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	P7S_WG P7U_W
DK2_W18	posiada rozszerzoną wiedzę na temat zarządzania małymi i średnimi firmami, projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach, a także działalności public relations i marketingowej na rzecz ww. instytucji.	P7S_WG P7U_W

Symbol efektu uczenia się	<p style="text-align: center;">Umiejętności <i>absolwent potrafi:</i></p>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
DK2_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	P7S_UW P7S_UK
DK2_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 marketingowej	P7S_UW P7S_UK
DK2_U03	biegle 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	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7U_U P7S_UW
DK2_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	P7S_UW P7S_UU

DK2_U08	potrafi swobodnie i profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów, w tym także w mediach społecznościowych	P7S_UW P7S_UK P7S_UU
DK2_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	P7S_UW P7U_U
DK2_U10	opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych i Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7U_U P7S_UW P7S_UU
DK2_U12	potrafi biegle 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	P7S_UW P7S_UK P7S_UU
DK2_U13	biegle stosuje zasady etyczne i prawne, ze szczególnym uwzględnieniem etyki zawodowej i prawa mediów oraz własności intelektualnej	P7U_U P7S_UW
DK2_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 public relations na rzecz ww. instytucji.	P7S_UW P7S_UK P7S_UO
DK2_U15	posiada rozszerzone umiejętności w dziedzinie komunikacji, marketingu i public relations w kontekście zarządzania wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy.	P7S_UW P7S_UK P7S_UO
DK2_U16	biegle wykorzystuje techniki komunikowania właściwe dla Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7S_UK P7S_UU

Symbol efektu uczenia się	Kompetencje społeczne <i>absolwent jest gotów do:</i>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
DK2_K01	w pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_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	P7S_KK P7U_K
DK2_K03	docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	P7S_KO P7S_KR
DK2_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	P7U_K P7S_KO P7S_KR
DK2_K05	ma głębokie i utrwalone przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania zasad etyki zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_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	P7U_K P7S_KO
DK2_K07	jest świadomy istnienia etycznego wymiaru w działaniach instytucji medialnych oraz pracy w mediach i na rzecz mediów	P7U_K P7S_KR P7S_KO
DK2_K08	jest dobrze przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach medialnych i zdolny do biegłego porozumiewania się z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami w danej dziedzinie, jak również przedstawicielami obcych cywilizacji	P7S_KR P7S_KK
DK2_K09	odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania związane z pracą w instytucjach medialnych	P7S_KR P7S_KK

3.1. Program studiów stacjonarnych

Ogólne informacje o programie	
Klasyfikacja ISCED	0321
Liczba semestrów	4
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów	1500
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	120
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	60
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	3
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć do wyboru	62
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	30
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5
Wymogi związane z ukończeniem studiów	praca dyplomowa oraz egzamin dyplomowy
<p>Opis realizacji programu</p> <p>Program studiów drugiego stopnia realizowany jest w trybie 4 semestrów.</p> <p>Program podzielono na 5. bloków obejmujących:</p> <ul style="list-style-type: none"> - przedmioty obligatoryjne: <ul style="list-style-type: none"> • blok komunikacyjno-kulturowy, • aksjologiczno-prawny, • medioznawczy, • PR i marketing, • biznes i zarządzanie); - 3. specjalizacje (2. do wyboru: rzecznictwo prasowe, infobrokerska, e-public relations); - przedmioty fakultatywne - w tym seminaria, wykłady i praktyki; - przedmioty ogólnouczelniane; - wykłady w języku obcym. <p>Student uczestniczy również w teście sprawdzającym jego kompetencje w zakresie posługiwania się poprawną polszczyzną oraz ma możliwość ich doskonalenia w czasie trwania studiów.</p> <p>Program praktyk został określony Uchwałą Rady Wydziału Teologicznego w sprawie praktyk zawodowych, w tym obejmujący praktyki zewnętrzne oraz w ramach specjalizacji - laboratoriów na</p>	

kierunku. Stanowi on załącznik do programu studiów.

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie pracy dyplomowej oraz egzamin dyplomowy na podstawie zasad przewidzianych wydziałową uchwałą o przebiegu studiów oraz innymi przepisami UKSW.

3.2. Zajęcia lub grupy zajęć, niezależnie od formy ich prowadzenia oraz sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

lp.	rok studiów	semestr	przedmiot	język wykładowy przedmiotu	rodzaj zajęć dydaktycznych	symbole efektów uczenia się dla kierunku	forma zaliczenia	liczba godzin	punkty ECTS
Przedmioty obligatoryjne dla studentów									
Blok komunikacyjno-kulturowy									
1	I	2	Pragmatyka językowa w dyskursie medialnym	polski	ćwiczenia	DK2_W11 DK2_U03 DK2_U04 DK2_U05 DK2_U10 DK2_K04	zaliczenie na ocenę	30	2
2	I	2	Prezentacje i wypowiedzi publiczne	polski	ćwiczenia	DK2_W06 DK2_W11 DK2_U05 DK2_U08 DK2_K04	zaliczenie na ocenę	30	2
Blok aksjologiczno-prawny									

3	I	2	Prawo mediów i własności intelektualnej	polski	wykład	DK2_W03 DK2_U13 DK2_K01 DK2_K09	egzamin ustny	30	2
4	I	1	Etyka w biznesie i PR	polski	wykład	DK2_W03 DK2_W13 DK2_U13 DK2_K01 DK2_K05 DK2_K06 DK2_K07	zaliczenie na ocenę	30	2
Blok medioznawczy									
5	I	1	Współczesne media a ekonomia	polski	ćwiczenia	DK2_W08 DK2_U06 DK2_U12 DK2_K03	zaliczenie na ocenę	30	2
6	I	1	Komunikacja w mediach społecznościowych	polski	ćwiczenia	DK2_W12 DK2_U01 DK2_U07 DK2_U08 DK2_U10 DK2_U16 DK2_K03	zaliczenie na ocenę	30	2
7	I	2	Monitoring mediów i analiza dyskursu	polski	ćwiczenia	DK2_W01 DK2_W07 DK2_W12 DK2_W17	zaliczenie na ocenę	30	2

			medialnego			DK2_U02 DK2_U07 DK2_K03			
Blok PR i marketing									
8	I	1	Reklama i marketing	polski	wykład	DK2_W10 DK2_W16 DK2_U09 DK2_U15 DK2_K04	zaliczenie na ocenę	30	2
9	I	1	Public relations strategiczne	polski	wykład	DK2_W01 DK2_W05 DK2_W09 DK2_W10 DK2_W15 DK2_U15 DK2_K02	zaliczenie na ocenę	30	2
10	I	2	Metodologia badań społecznych i marketingowych	polski	ćwiczenia	DK2_W01 DK2_W07 DK2_W15 DK2_W17 DK2_U02 DK2_U07 DK2_K09	zaliczenie na ocenę	30	2
11	I	2	Kreowanie marki	polski	ćwiczenia	DK2_W16 DK2_U03 DK2_U09	zaliczenie na ocenę	30	2

						DK2_U15 DK2_U16 DK2_K06 DK2_K07			
12	II	3	PR i marketing w instytucjach kultury, pozarządowych i samorządach lokalnych	polski	ćwiczenia	DK2_W10 DK2_W15 DK2_W18 DK2_U08 DK2_U09 DK2_U14 DK2_U15	zaliczenie na ocenę	30	2
Blok biznes i zarządzanie									
13	I	1	Podstawy zarządzania dla dziennikarzy	polski	konwersatorium	DK2_W01 DK2_W02 DK2_W15 DK2_W16 DK2_W18 DK2_U14 DK2_K02	zaliczenie na ocenę	30	2
14	II	4	Podstawy przedsiębiorczości dla dziennikarzy	polski	wykład	DK2_W03 DK2_W08 DK2_W18	zaliczenie na ocenę	30	2

						DK2_U06 DK2_U12 DK2_U14 DK2_K04			
15	II	4	Warsztat dziennikarsko- medialny - planowanie i tworzenie strategii rozwoju	polski	ćwiczenia	DK2_W15 DK2_W18 DK2_U06 DK2_U14 DK2_K02	zaliczenie na ocenę	30	2
grupa zajęć obligatoryjnych/ inne									
16	I	1	Test kompetencji z języka polskiego	polski	ćwiczenia	DK2_W11 DK2_U04 DK2_U05 DK2_U10 DK2_K04	zaliczenie na ocenę		5
17	I	1	Warsztat dziennikarski i medialny - zarządzanie projektami	polski	ćwiczenia	DK2_W01 DK2_W02 DK2_U04 DK2_K02	zaliczenie na ocenę	30	2

18	I	1	Badania wizerunku prasowego organizacji	polski	wykład	DK2_W01 DK2_W07 DK2_W12 DK2_W17 DK2_U02 DK2_U07	zaliczenie na ocenę	30	2
19	II	3	Badania i projekty w praktyce dziennikarskiej i medialnej	polski	ćwiczenia	DK2_W01 DK2_W02 DK2_U04 DK2_K02	zaliczenie na ocenę	30	2
20	I	1	Seminarium magisterskie	polski	ćwiczenia	DK2_W02 DK2_W04 DK2_W13 DK2_U17	zaliczenie na ocenę	30	7
21	I	2	Seminarium magisterskie	polski	ćwiczenia	DK2_W02 DK2_W04 DK2_W13 DK2_U17	zaliczenie na ocenę	30	7
22	I	3	Seminarium magisterskie	polski	ćwiczenia	DK2_W02 DK2_W04 DK2_W13 DK2_U17	zaliczenie na ocenę	30	7

23	I	4	Seminarium magisterskie	polski	ćwiczenia	DK2_W02 DK2_W04 DK2_W13 DK2_U17	zaliczenie na ocenę / złożenie pracy dyplomowej	30	7
24	I	2	Translatorium: MOJO, Media Convergence and Mobility	angielski	ćwiczenia	DK2_U12 DK2_U17 DK2_K02 DK2_K09	zaliczenie na ocenę	30	3
25	I	1	Wykład ogólnouczelniany	polski	wykład	DK2_W04 DK2_W18 DK2_U14 DK2_U15 DK2_K08	zaliczenie na ocenę	60	5
26	I-II	1-4	Praktyki zawodowe	polski	ćwiczenia	DK2_W03 DK2_W15 DK2_U02 DK2_U05 DK2_U13 DK2_K01	zaliczenie na ocenę	160	6

						DK2_K02			
zajęcia fakultatywne dla studentów									
27	I	1-2	Zajęcia fakultatywne dedykowane /np. Modelowanie systemów internetowych	polski	wykład	DK2_W14 DK2_U11 DK2_U16 DK2_K06	zaliczenie na ocenę	30	2
28	I	1-2	Zajęcia fakultatywne dedykowane /np. Techniki kreatywne w reklamie	polski	wykład	DK2_W14 DK2_U11 DK2_U16 DK2_K06	zaliczenie na ocenę	30	2
29	I	1-2	Zajęcia fakultatywne dedykowane / np. Teoretyczne i praktyczne aspekty mediatyzacji polityki	polski	wykład	DK2_W14 DK2_U11 DK2_U16 DK2_K06	zaliczenie na ocenę	30	2
30	I	1	Wykład monograficzny	polski	wykład	DK2_W18 DK2_U14 DK2_U15 DK2_K08	zaliczenie na ocenę	30	2

31	I	2	Zajęcia fakultatywne dedykowane /np. Teoretyczne i praktyczne aspekty mediatyzacji polityki	polski	wykład	DK2_W14 DK2_U11 DK2_U16 DK2_K06	zaliczenie na ocenę	30	2
grupa zajęć specjalizacyjnych /Specjalizacje (do wyboru 2 z 3)									
Specjalizacja "Rzecznictwo prasowe"									
32	I	2	Biuro prasowe i komórka PR	polski	ćwiczenia	DK2_W03 DK2_W05 DK2_W09 DK2_W16 DK2_U05 DK2_U08 DK2_K04	zaliczenie na ocenę	30	3

33	I	2	Warsztat rzecznika prasowego - zarządzanie kryzysowe	polski	ćwiczenia	DK2_W06 DK2_W09 DK2_W15 DK2_W16 DK2_U07 DK2_U15 DK2_K06	zaliczenie na ocenę	30	3
34	II	3	Warsztaty z mikrofonem i kamerą	polski	ćwiczenia	DK2_W06 DK2_W09 DK2_W12 DK2_U01 DK2_U05 DK2_U10 DK2_K08	zaliczenie na ocenę	30	3
35	II	3	Teksty i materiały public relations	polski	ćwiczenia	DK2_W05 DK2_W09 DK2_W10 DK2_W11 DK2_U01	zaliczenie na ocenę	30	3

						DK2_U08 DK2_K01			
Specjalizacja infobrokerska									
36	I	2	Informacja a prawo (autorskie, prawo o dostępie do informacji, prasowe, prawa majątkowe)	polski	ćwiczenia	DK2_W03 DK2_W17 DK2_U13 DK2_K01	zaliczenie na ocenę	30	3
37	I	2	Research, selekcja i ocena jakości informacji	polski	ćwiczenia	DK2_W17 DK2_U02 DK2_U03 DK2_K09	zaliczenie na ocenę	30	3
38	II	3	Źródła i bezpieczeństwo informacji	polski	ćwiczenia	DK2_W07 DK2_W17 DK2_U02 DK2_U07 DK2_K05	zaliczenie na ocenę	30	3
39	II	3	Zarządzanie informacją i prezentacja informacji	polski	ćwiczenia	DK2_W11 DK2_W12	zaliczenie na ocenę	30	3

						DK2_U02 DK2_U03 DK2_U04 DK2_K04			
Specjalizacja "e-public relations"									
40	I	2	PR w social media	polski	ćwiczenia	DK2_W05 DK2_W06 DK2_W09 DK2_W12 DK2_W18 DK2_U01 DK2_U08	zaliczenie na ocenę	30	3
41	I	2	Blogi i mikroblogi w PR	polski	ćwiczenia	DK2_W05 DK2_W10 DK2_W12 DK2_U03 DK2_U08 DK2_U10 DK2_U16	zaliczenie na ocenę	30	3

42	II	4	Warsztat public relations - relacje inwestorskie	polski	ćwiczenia	DK2_W08 DK2_U02 DK2_U06 DK2_U12 DK2_K01	zaliczenie na ocenę	30	3
43	II	3	Zarządzanie projektami w Internecie	polski	ćwiczenia	DK2_W15 DK2_W16 DK2_U10 DK2_U14 DK2_U15 DK2_U16 DK2_K04	zaliczenie na ocenę	30	3

SZCZEGÓŁOWY REGULAMIN PRAKTYK DLA STUDENTÓW KIERUNKU „DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA” (studia II stopnia)

1. Celem studiów na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” jest wykształcenie absolwenta mającego profesjonalne przygotowanie do pracy w szeroko pojętej dziedzinie mass mediów i komunikacji społecznej i uwzględniającego w swych działaniach zasady etyki dziennikarskiej. Zmieniający się dynamicznie rynek pracy w Polsce stawia bowiem przed młodymi ludźmi wiele nowych wyzwań i wymagań, nieznanymi poprzednim pokoleniom. Informacja w dzisiejszych czasach jest dobrem najcenniejszym. Dostęp do niej i zarządzanie nią w profesjonalny sposób to jedno z największych wyzwań w komunikacji społecznej. Umiejętności, które powinien posiadać w dzisiejszych czasach dziennikarz, to już nie tylko profesjonalny warsztat medialny, znajomość i wycucie nowych mediów, ale także wiele innych koniecznych do wykonywania tego zawodu kompetencji. Wśród nich są między innymi: umiejętne zarządzanie projektami w Internecie, wiedza z zakresu relacji inwestorskich, wysokie kompetencje z zakresu zarządzania kryzysami medialnymi (szczególnie w mediach społecznościowych), umiejętność pracy w grupie, a także pogłębione wiedza z zakresu public relations, w tym troska o dobry wizerunek firmy, jej markę i komunikację. Koncerny medialne są przecież także przedsiębiorstwami, które obok zarządzania produktem (informacja), troszczą się o swoją markę i budują unikalny wizerunek oraz więź z odbiorcą i użytkownikiem. Wysokie kompetencje komunikacyjne własne dziennikarza, umiejętności zarządzania obiegiem informacji wewnątrz i na zewnątrz firmy, a także promowania informacji, czy też umiejętności związane ze sprawnym ich wyszukiwaniem (nie tylko w Internecie, ale także w innych źródłach), to cechy oczekiwane przez pracodawców w zawodzie dziennikarza. Są to jednocześnie wiedza i umiejętności, które nabędzie student II stopnia studiów na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” ze specjalnością „komunikacja medialno-marketingowa”, prowadzonych na Wydziale Teologicznym UKSW w Instytucie Edukacji Medialnej i Dziennikarstwa.
2. Organizacją i koordynacją praktyk Instytutu zajmuje się Pełnomocnik Dziekana ds. Praktyk na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna, który sprawuje także nadzór nad przebiegiem praktyk.
3. Student ma prawo do samodzielnego zaproponowania miejsca odbywania praktyki, jednak o miejscu odbywania praktyki przez studenta decyduje Pełnomocnik (zgodnie z regulaminem praktyk UKSW).
4. Praktyki mogą się odbywać w wybranych instytucjach:
 - redakcjach prasy, radia, telewizji, portali internetowych,
 - w wydawnictwach,
 - w agencjach informacyjnych,
 - w biurach rzecznika prasowego,
 - w agencjach reklamy, marketingu, *public relations*
5. Przed odbyciem praktyk student kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest zobowiązany do zapoznania się z Regulaminem praktyk studenckich obowiązującym w UKSW.
6. Zaliczenie praktyki, wraz z ilością godzin zrealizowanych praktyk, wpisuje się do indeksu oraz karty praktykanta lub innego dokumentu, stosownie do procedury odbywania praktyk przez studenta.
7. Warunkiem zaliczenia praktyki jest dopełnienie wszelkich formalności przed, w trakcie i po odbyciu praktyk.
8. Ocena praktyk:
Częstkowa ocena studenta jest dokonywana przez opiekunów praktyk z ramienia danej instytucji medialnej, który ocenia stopień osiągnięcia przez studenta zakładanych efektów kształcenia. Całościowej oceny studenta i wpisu do indeksu dokonuje opiekun praktyk z ramienia UKSW w

oparciu o ocenę cząstkową dokonaną przez opiekunów praktyk oraz dziennik praktyk (lub inny wystawiony przez instytucję, gdzie miały miejsce praktyki dokument, zawierający opis przebiegu praktyk i wykonywanych przez praktykanta czynności), a także przeprowadzoną ze studentem rozmowę. Skala ocen jest dwustopniowa: zaliczone – niezaliczone.

Pomocnicze kryteria oceny:

- zaangażowania w wykonywaną pracę (punktualność przychodzenia i opuszczania miejsca odbywania praktyki, wykorzystanie czasu, obowiązkowość i terminowe wykonywanie powierzonych zadań);
- umiejętność zrozumienia powierzanych zadań;
- umiejętność posługiwania się językiem polskim w mowie i piśmie i precyzyjnego wyrażania swych myśli;
- odporność na stres i presję czasu;
- umiejętność pracy zespołowej;
- ogólne predyspozycje do pracy w mediach, uzdolnienia, etc.;
- poprawności wykonywanej pracy (od strony merytorycznej i językowej);
- umiejętność pogłębiania własnej wiedzy i wyszukiwania potrzebnych wiadomości

9. Praktyki muszą trwać w sumie minimum 4 tygodnie i muszą być odbywane w sposób ciągły (nieprzerwana 4-tygodniowa ciągłość praktyk jest wymogiem do ich zaliczenia). Dlatego zaleca się, by praktyki odbywały się w okresie wakacji (lipiec-sierpień-wrzesień).

10. W wyjątkowych sytuacjach, za zgodą Dziekana, w porozumieniu z Pełnomocnikiem ds. Praktyk, można odbyć praktyki także w ciągu roku akademickiego, tak jednak, by nie kolidowały z programem nauczania i jeśli nie utrudni to przebiegu studiów. Wówczas student musi odbyć minimum 160 godzin praktyk w jednej lub dwóch instytucjach, poza godzinami zajęć akademickich.

11. Po zakończeniu praktyk student Instytutu udaje się do Pełnomocnika Dziekana ds. Praktyk, aby otrzymać zaliczenie praktyk w indeksie i karcie praktykanta (lub innym dokumencie stosownie do wybranej procedury odbywania praktyk). Następnie przedkłada wymagane dokumenty w Biurze Karier, by otrzymać potwierdzenie odbycia praktyk. Zaliczenie praktyk powinno nastąpić do 15 października. Punktację (ECTS) uzyskaną za odbycie praktyk student otrzymuje w pierwszym semestrze ostatniego roku studiów

SZCZEGÓŁOWY PROGRAM PRAKTYK DLA STUDENTÓW KIERUNKU „DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA” (studia II stopnia)

I. Cele odbywania praktyk

1. Student powinien wykorzystywać wiedzę teoretyczną zdobytą w ramach studiów na UKSW. Powinien biegle posługiwać się językiem polskim (nie robić błędów stylistycznych, gramatycznych i ortograficznych). Powinien także mieć podstawowe informacje na temat gatunków dziennikarskich, specyfiki poszczególnych rodzajów mediów i zasad komunikacji interpersonalnej.

2. Dla dobrego podjęcia i wypełnienia praktyk, niezbędna jest formacja studentów nie tylko w zakresie wiedzy intelektualnej, ale także formacja etyczno-moralna oraz kultura osobista. Niewątpliwie przydatne będą: umiejętność pracy zespołowej, odporność na stres, dociekliwość, rzetelność, sumienność, umiejętność zarządzania czasem i zasobami ludzkimi.

3. Weryfikacja wiedzy teoretycznej zdobytej podczas studiów i zdobywanie umiejętności praktycznych przez studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, po przez:

- zrozumienie zadań i obowiązków pracownika mediów we współczesnym społeczeństwie;
- poznanie specyfiki pracy w instytucjach medialnych;
- utrwalenie teoretycznej i praktycznej znajomości zasad komunikacji medialno-marketingowej, nabytych w czasie zajęć dydaktycznych na uczelni;

- utrwalenie poznanych oraz poznanie nowych pojęć z zakresu mediów; praktyczne posługiwanie się tymi pojęciami;
- poznanie specyfiki pracy w środkach społecznego przekazu oraz niebezpieczeństw i zagrożeń, na jakie narażony jest dziennikarz (pracownik agencji reklamowych i PR, rzecznik prasowy, infobroker) – stres, presja czasu, konieczność zdobywania informacji, wypalenie zawodowe; możliwość nacisków i in.;
- czynny udział w życiu i pracach redakcji i innych instytucji związanych z mediami;
- zdobywanie i doskonalenie umiejętności nawiązywania i podtrzymywania kontaktu z innymi dziennikarzami oraz współpracownikami (ekspertami, osobami stanowiącymi źródła informacji, znanymi osobami życia publicznego);
- współpraca przy tworzeniu przekazów prasowych, radiowych, telewizyjnych, internetowych, reklamowych, komunikatów *public relations*, a z czasem – samodzielne ich tworzenie pod nadzorem i kierownictwem doświadczonych redaktorów i dziennikarzy;
- współpraca i tworzenie przekazów marketingowych, reklamowych i public relations; poznanie specyfiki pracy w branży PR i reklamowej, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów;
- nabycie umiejętności researchu i filtrowania potrzebnych informacji;
- pogłębienie wrażliwości na ścisłość i poprawność języka dziennikarskiego;
- doświadczenie pracy zespołowej;
- radzenie sobie w sytuacji pojawiającego się *zespołu wypalenia*;

II. Wymiar czasowy i punktacja praktyk

4. Praktyki w ramach studiów II stopnia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” muszą trwać w sumie minimum 4 tygodnie, obejmując 160 godzin pracy. Nieprzerwana 4-tygodniowa ciągłość praktyk jest wymogiem ich zaliczenia. Dlatego zaleca się, by praktyki odbywały się w okresie wakacji (lipiec-sierpień-wrzesień).

5. W wyjątkowych sytuacjach, za zgodą Dziekana, w porozumieniu z Pełnomocnikiem ds. Praktyk, można odbyć praktyki także w ciągu roku akademickiego, tak jednak, by nie kolidowały z programem nauczania i jeśli nie utrudni to przebiegu studiów. Wówczas student musi odbyć minimum 160 godzin praktyk w jednej lub dwóch instytucjach, poza godzinami zajęć akademickich.

6. Za zrealizowanie praktyk zgodnie z obowiązującym Regulaminem praktyk student otrzymuje 6 punktów ECTS.

III. Efekty kształcenia

7. Po ukończeniu praktyk w ramach studiów II stopnia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” student posiada następujące kompetencje:

Symbol efektu uczenia się	Wiedza <i>absolwent zna i rozumie:</i>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
---------------------------	--	--

DK2_W03	ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej 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	P7S_WK P7S_WG
DK2_W15	ma pogłębioną wiedzę na temat funkcjonowania grup i instytucji oraz zarządzania nimi	P7S_WG P7U_W
Symbol efektu uczenia się	Umiejętności <i>absolwent potrafi:</i>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
DK2_U02	potrafi precyzyjnie określić i wykorzystać rozmaite źródła informacji dziennikarskich, a także korzystać z różnych źródeł informacji; dokonuje biegłej selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji oraz swobodnie posługuje się nimi w pracy we wszystkich rodzajach mediów oraz w komunikacji z mediami i komunikacji marketingowej	P7S_UW P7S_UK
DK2_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	P7S_UW P7S_UK
DK2_U13	biegle stosuje zasady etyczne i prawne, ze szczególnym uwzględnieniem etyki zawodowej i prawa mediów oraz własności intelektualnej	P7U_U P7S_UW
Symbol efektu uczenia się	Kompetencje społeczne <i>absolwent jest gotów do:</i>	odniesienie do efektów uczenia się na poziomie 7 PRK
DK2_K01	w pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	P7U_K P7S_KO
DK2_K02	ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia 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	P7S_KK P7U_K

IV. Miejsca odbywania praktyk

8. Praktyki mogą się odbywać w wybranych instytucjach:

- redakcjach prasy, radia, telewizji, portali internetowych,
- w wydawnictwach,
- w agencjach informacyjnych,
- w biurach rzecznika prasowego,
- w agencjach reklamy, marketingu, *public relations*

V. Zakres obowiązków

9. Zakres obowiązków studenta podczas praktyk uzależniony jest od profilu instytucji, w której są one realizowane. Szczegółowy zakres obowiązków studenta podczas praktyk w konkretnej instytucji ustala Pełnomocnik Dziekana ds. Praktyk, który sprawuje także nadzór nad przebiegiem praktyk.