

PROGRAM STUDIÓW

Wydział prowadzący kierunek studiów:	Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych
Kierunek studiów:	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom kształcenia:	studia drugiego stopnia
Profil kształcenia:	ogólnoakademicki
Umiejscowienie kierunku w obszarze (obszarach) kształcenia:	obszar nauk społecznych
Forma studiów:	studia stacjonarne
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:	magister
Specjalność:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dziennikarstwo i nowe media 2. Branding i Public Relations
Liczba semestrów:	4
Liczba punktów ECTS:	120
Łączna liczba godzin dydaktycznych:	800
Ogólne cele kształcenia oraz możliwość zatrudnienia i kontynuacji kształcenia przez absolwentów kierunku:	<p>Z prognozy <i>Future Work Skills 2020</i>, opracowanej przez amerykańskich naukowców z Institute for the Future (IFTF), wynika, że do 2020 r. zdecydowanie wzrośnie zapotrzebowanie na nowe umiejętności. O sukcesie pracownika stanowić będzie: umiejętność łączenia wiedzy z kilku zawodów (multidyscyplinarność), biegła obsługa zaawansowanych aplikacji komputerowych (kompetencje cyfrowe), umiejętność radzenia sobie w dynamicznie zmieniającej się sytuacji zawodowej (zdolność adaptacyjna) oraz sprawna współpraca z przedstawicielami różnych kultur (kompetencje międzykulturowe). Jak podkreślają autorzy prognozy <i>Future Work Skills 2020</i>, rynek pracy będzie potrzebował pracowników inteligentnych społecznie, którzy potrafią szybko wyczuć emocje i dopasować wypowiedziane słowa, ton głosu i gesty do sytuacji. Kolejna generacja pracowników będzie ponadto musiała być biegła w porozumiewaniu się za pomocą animacji, ruchomego obrazu i grafiki, ale też będzie musiała umieć krytycznie ocenić informacje udostępniane za pomocą nowych mediów.</p> <p>Przewidując, że absolwenci II stopnia DiKS osiągną ww. kwalifikacje i kompetencje, widzimy dla nich możliwość zatrudnienia w:</p> <ul style="list-style-type: none"> • redakcjach ogólnotematycznych i specjalistycznych,

	<ul style="list-style-type: none"> • mediach tradycyjnych i nowych mediach, • w organizacjach medialnych różnych zasięgów, od lokalnych po ogólnokrajowe, • samozatrudnienie, • firmach consultingowych, które zajmują się projektowaniem, analizowaniem i modernizowaniem procesów komunikacyjnych, • agencjach reklamy, firmach public relations, domach medialnych, wydawnictwach medialnych i wszystkich typach mediów masowych, • organizacjach (prywatnych, państwowych i publicznych), które opierają swoją działalność na funkcjonowaniu komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, np. w urzędach, szkołach wyższych, ministerstwach, izbach gospodarczych, organizacjach promocyjnych itp., • własnej firmie, zajmującej się konstruowaniem procesów komunikacyjnych, zarówno na poziomie doradztwa, planowania strategicznego i kreacji, • firmach szkoleniowych i coachingowych.
<p>Wskazanie związku programu kształcenia z misją i strategią UMK:</p>	<p>Kierunek Dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest prestiżowy, cechuje się wysokim poziomem kształcenia. Jego zapewnienie jest możliwe dzięki licznym badaniom naukowym prowadzonym przez pracowników WPiSM, w szczególności przez Katedrę DiKS. Są to badania integrujące kadre naukową i studentów.</p> <p>Program studiów DiKS II stopnia został sprofilowany w sposób nowoczesny, pragmatyczny, uwzględniający prawa rynku pracy. Studia zapewnią możliwość rozwoju osobowości, kreatywności, elastyczności i wrażliwości społecznej, a to przyczynia się do budowy społeczeństwa obywatelskiego. Z kompetencji naszych absolwentów korzystać będą różne regiony Polski, studenci UMK rekrutują się bowiem z obszaru całego kraju, ale przede wszystkim region kujawsko-pomorski. Program projektowanego kierunku odzwierciedla potrzeby tutejszego rynku pracy, oczekiwań środowiska gospodarczego, instytucji samorządowych i organizacji tworzących infrastrukturę. Z badań zleconych przez Polską Agencję Rozwoju przedsiębiorczości wynika, że jedną z kategorii zawodów przyszłości tworzą zawody „internetowe”, takie jak: copywriter, projektant witryn internetowych, analityk ruchu na stronach WWW. Do niej należą także te związane z organizacją i sposobem prezentacji zawartości stron WWW lub opracowywaniem strategii firmy dotyczącej komunikacji za pomocą poczty elektronicznej (np. e-mail channel specialist). Uniwersytet jest świadom ww. tendencji, co odzwierciedla Strategia UMK na lata 2011-2020. Zgodnie z przyjętym dokumentem, Uniwersytet ma, m.in.: przyczynić się do dalszego rozwoju potencjału intelektualnego województwa kujawsko-pomorskiego oraz wzrostu innowacyjności; dysponować nowoczesną bazą materialną, zapewniając bardzo dobre warunki studiowania i pracy naukowobadawczej, odpowiadające wysokim standardom</p>

	<p>światowym; będzie wydawać dyplomy ukończenia studiów cieszące się najwyższym uznaniem pracodawców.</p> <p>Dzięki wysokiemu poziomowi procesu dydaktycznego, jakości pracy kadry naukowej i zaangażowaniu studentów, a także innowacyjności wyrażającej się w programie studiów oraz metodach i środkach dydaktycznych (tu: wykorzystanie zasobów UCNTN), kierunek studiów sprzyja umacnianiu pozycji UMK wśród wiodących polskich uczelni wyższych. Wspomniana innowacyjność, obserwacja międzynarodowych trendów i korzystanie z wzorów zagranicznych, sprawiają że Dziennikarstwo i komunikacja społeczna może przyczynić się do wzrostu znaczenia UMK w gronie uczelni światowych.</p> <p>Utworzenie studiów II stopnia DiKS jest gwarancją pozyskania uzdolnionych kandydatów na studia III stopnia (w zakresie nauki o mediach i nauki o komunikowaniu). Jak pokazują doświadczenia ze studiami dziennikarskimi I stopnia, poziom intelektualny oraz postawa kandydatów/studentów są bardzo wysokie – w porównaniu z kandydatami na inne kierunki społeczne i humanistyczne. Pragnąc zatrzymać utalentowaną młodzież w uczelni, oferujemy atrakcyjny program studiów II stopnia. Część z nich uda się pozyskać w przyszłości do zespołów badawczych realizujących badania komercyjne.</p>
<p>Wskazanie, czy w procesie definiowania efektów kształcenia oraz w procesie przygotowania i udoskonalania programu studiów uwzględniono opinie interesariuszy, w tym w szczególności studentów, absolwentów, pracodawców:</p>	<p>W trakcie projektowania efektów kształcenia i procesie tworzenia kierunku studiów zostały wykorzystane wyniki badań monitorujących kariery absolwentów. Jednocześnie jest przygotowywane nowe badanie ilościowe i jakościowe, które zostanie wdrożone w celu analizowania poziomu kształcenia na kierunku studiów. Dotychczasowy monitoring objął również studentów kierunków prowadzonych na wydziale (szczególnie I stopnia dziennikarstwa i komunikacji społecznej i politologii).</p> <p>Powyższe działania pozwoliły na zaprojektowanie programu studiów zgodnego z oczekiwaniami studentów.</p> <p>Przed zdefiniowaniem efektów i programu kształcenia przeprowadzono również konsultacje z instytucjami działającymi na rynku pracy, co znalazło odzwierciedlenie w ostatecznym projekcie.</p>
<p>Wymagania wstępne (oczekiwane kompetencje kandydata) – zwłaszcza w przypadku studiów drugiego stopnia:</p>	<p>posiadanie tytułu licencjata, inżyniera, magistra lub równoważnego dowolnego kierunku lub makrokierunku</p>

Moduły kształcenia wraz z zakładanymi efektami kształcenia

Moduły kształcenia	Przedmioty	ECTS	Charakter zajęć: O (obligatoryjny) F (fakultatywny)	Zakładane efekty kształcenia	Sposoby weryfikacji zakładanych efektów kształcenia osiągniętych przez studenta
Moduł kształcenia 1 <i>Komunikacja i kultura</i>	Główne nurty kultury światowej i polskiej w XX i XXI w.	5	O	Wiedza: Student definiuje najważniejsze pojęcia z zakresu ww. przedmiotów, kompleksowo opisuje zależności między systemami mediów, kultury i społeczeństwa. Zna relację kultura - komunikacja. Umiejętności: Student analizuje poszczególne teorie i paradygmaty oraz stosuje je w przestrzeni komunikacyjnej, weryfikuje założenia teoretyczne z faktycznymi procesami zachodzącymi w komunikacji. Krytycznie odnosi się to prezentowanych koncepcji teoretycznych. Posiada umiejętność krytycznej analizy komunikowania masowego. Kompetencje społeczne: Prawidłowo ocenia skalę wpływu mediów na życie społeczne i kulturę. Zyskuje umiejętność komunikowania się w środowisku wielokulturowym i międzynarodowym, zdobywa kompetencje społeczne czyniące go aktywną jednostką w warunkach globalizacji. Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki o komunikowaniu i wiedzy o kulturze na dalszym etapie kształcenia.	Aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); egzamin ustny bądź pisemny; projekt; testy sprawdzające wiedzę; esej; wejściówka.
	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	4	O		
	Komunikowanie międzykulturowe	5	O		
	Teorie komunikowania masowego	6	O		
	Kultura popularna	4	O		
Moduł kształcenia 2 <i>społeczeństwo i media</i>	Współczesne społeczeństwo polskie	5	O	Wiedza: Student definiuje zjawiska społeczne występujące w społeczeństwie polskim, jak również w skali międzynarodowej. Student objaśnia determinanty zjawisk społecznych występujących w różnych społeczeństwach, w tym w polskim. Student rozumie treści występujące w ramach zajęć, wymienia tytuły podstawowych mediów regionalnych. Przedstawia ich historię. Umiejętności: Student wykorzystuje przyswojoną teorię do zbadania, jak poszczególne zjawiska wpływają na siebie nawzajem. Student formułuje opinie dotyczące zjawisk, procesów, relacji we współczesnych społeczeństwach. Potrafi krytycznie analizować zjawiska zachodzące od ponad dwudziestu lat na polskim rynku mediów lokalnych i środowiskowych. Rozumie i ocenia rolę mediów lokalnych. Kompetencje społeczne: W oparciu o uzyskaną wiedzę student nabywa kompetencje społeczne, przydatne m.in. w działalności zawodowej. Jest jednostką aktywną w warunkach globalizacji.	Aktywność, referat, prezentacja; egzamin pisemny.
	Media lokalne i środowiskowe	5	O		
	Problemy współczesnego świata: Wolność słowa i wolność mediów lub Media wobec współczesnych idei i ideologii	5	F		

<p>Moduł kształcenia 3</p> <p><i>Nowe media – aspekty prawne, społeczne i psychologiczne</i></p>	Ochrona praw autorskich w Internecie	5	O	<p>Wiedza: Student ma wiedzę o regulach prawa, normach etycznych, zawodowych oraz o koncepcjach organizacyjnych dotyczących obszaru nowych mediów. Student wie, jak nowe media wpływają na psychikę jednostki i sposób funkcjonowania grupy społecznej. Rozpoznaje i charakteryzuje mechanizmy komunikacyjne obecne w nowych mediach.</p> <p>Umiejętności: Student rozumie i wyjaśnia, jaki wpływ wywiera wirtualny świat na rozwój stosunków międzyludzkich; student identyfikuje i objaśnia zalety i wady płynące z użytkowania nowoczesnych technologii. Kształci umiejętność dowodzenia swych racji w ramach wypowiedzi ustnych i pisemnych.</p> <p>Kompetencje społeczne: Student wskazuje sposoby rozwiązań problemów związanych z użytkowaniem nowych mediów. Nabywa kompetencji społecznych ułatwiających funkcjonowanie w specyficznym środowisku komunikacyjnym, jaki stanowią współcześnie nowe media (tzw. kompetencje cyfrowe). Jest jednostką aktywną, działającą w oparciu o normy etyczne.</p>	<p>Aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); egzamin ustny bądź pisemny (także w formie eseju); projekt; testy sprawdzające wiedzę.</p>
	Reklama i marketing w Internecie	5	O		
	Psychologia Internetu	5	O		
<p>Moduł kształcenia 4</p> <p><i>Przygotowanie pracy magisterskiej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego</i></p>	Seminarium magisterskie	20	F	<p>Wiedza: Student rozpoznaje i rozróżnia podstawowe metody badań przydatne do planowania pracy magisterskiej, rozpoznaje podstawowe kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez siebie tematu i używa owych kategorii i pojęć we właściwy sposób.</p> <p>Umiejętności: Student potrafi samodzielnie rozpoznać problem badawczy, w ramach którego pisze pracę magisterską, potrafi samodzielnie sformułować temat pracy licencjackiej i opracować plan pracy, właściwie używa kategorii i pojęć z zakresu metodologii badań społecznych (medioznawczych) stosowanych w swojej pracy.</p> <p>Kompetencje społeczne: Student prawidłowo określa priorytety służące realizacji zadania.</p>	<p>Aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); sukcesywnie przygotowywana praca dyplomowa, obrona pracy podczas egzaminu dyplomowego.</p> <p>Egzamin pisemny, ocena ciągła (m.in. za aktywność), miniprojekt, praca w grupach.</p>
	Metody badań medioznawczych	6	O		
<p>Moduł kształcenia 5 (a)</p> <p><i>Przedmioty specjalnościowe „Dziennikarstwo i nowe media”</i></p>	Język w komunikacji internetowej	3	O**	<p>Wiedza: Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat warsztatu dziennikarskiego. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej.</p> <p>Umiejętności: Dysponuje umiejętnościami w zakresie warsztatu dziennikarskiego, pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności.</p> <p>Kompetencje społeczne: Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw.</p>	<p>Projekt; prezentacja; aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); zadania praktyczne; dłuższe wypowiedzi pisemne na zadany temat.</p>
	Dziennikarstwo wobec nowych mediów	5	O**		
	Internetowe gatunki dziennikarskie	4	O**		
	Warsztat korespondenta wojennego	5	O**		
	Dziennikarstwo specjalistyczne	5	O**		
	TV online – produkcja multimedialna i wideo	3	O**		

	Projektowanie graficzne w nowych mediach	3	O**	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.	
Moduł kształcenia 5 (b) Przedmioty specjalnościowe „Branding i Public Relations”	Komunikacja marketingowa	3	O**	Wiedza: Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat warsztatu branży PR i branding. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej. Umiejętności: Dysponuje umiejętnościami w zakresie warsztatu dziennikarskiego, pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności. Kompetencje społeczne : Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.	
	Public Relations w internecie	5	O**		
	Branding – badania, strategia, wdrożenia	4	O**		
	Zarządzanie zmianą	5	O**		
	Team building	5	O**		
	Prezentacje i wystąpienia publiczne	3	O**		
	Creative thinking	3	O**		
Moduł kształcenia 6 Zajęcia ogólnouniwersyteckie***	Wykład ogólnouniwersytecki 1	2	F	Wiedza: Student nabywa wiedzę w ramach realizowanego wykładu, definiuje i objaśnia najważniejsze pojęcia z danego zakresu. Umiejętności: Doskonali umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych. Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku. Kompetencje społeczne: Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny.	Obecność na zajęciach (frekwencja) i/lub inne kryterium wyznaczone przez wykładowcę.
	Wykład ogólnouniwersytecki 2	2	F		
Moduł kształcenia 7 Fakultatywny	Konwersatorium do wyboru 1 (j. pol.)	3	F	Wiedza: Student nabywa wiedzę z zakresu realizowanego konwersatorium, definiuje i objaśnia najważniejsze pojęcia z danego zakresu. Umiejętności: Doskonali umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych, doskonali znajomość wybranego języka obcego na poziomie B2+. Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku. Kompetencje społeczne: Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum,	Aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); dłuższe wypowiedzi pisemne na zadany temat; testy sprawdzające wiedzę; prezentacje; konwersacje.
	Konwersatorium do wyboru 2 (j. obcy)	5	F		

* Przedmiot jest do wyboru w ramach dwóch zaproponowanych z danej grupy

** Obligatoryjny - w ramach wybranej przez Studenta/-tkę specjalności.

*** W ramach zajęć ogólnouniwersyteckich student może wybrać zajęcia realizowane na innym kierunku studiów zamiast wykładu ogólnouniwersyteckiego

Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS

Moduły kształcenia	Przedmioty	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych i projektowych	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauk podstawowych, do których odnoszą się efekty kształcenia dla określonego kierunku, poziomu i profilu kształcenia
1	Główne nurty kultury światowej i polskiej w XX i XXI w.	1	-	5
	Teorie komunikowania masowego	1,5	3	3
	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	1	-	4
	Komunikowanie międzykulturowe	1	-	5
	Kultura popularna	1	-	4
2	Współczesne społeczeństwo polskie	1	-	5
	Media lokalne i środowiskowe	1	-	5
	Problemy współczesnego świata: Wolność słowa i wolność mediów lub Media wobec współczesnych idei i ideologii	1	-	5
3	Ochrona praw autorskich w Internecie	1	-	5
	Reklama i marketing w Internecie	1	-	5
	Psychologia internetu	1	-	4
4	Seminarium magisterskie	4	16	-
	Metody badań medioznawczych	1,5	3	3
5a	Język w komunikacji internetowej	0,5	3	-
	Dziennikarstwo wobec nowych mediów	1	2	3
	Internetowe gatunki dziennikarskie	0,5	4	-
	Warsztat korespondenta wojennego	1	2	3

	Dziennikarstwo specjalistyczne	1	2	3
	TV online – produkcja multimedialna i wideo	0,5	3	-
	Projektowanie graficzne w nowych mediach	0,5	3	-
5b	Komunikacja marketingowa	0,5	3	-
	Public Relations w internecie	1	2	3
	Branding – badania, strategia, wdrożenia	0,5	4	-
	Zarządzanie zmianą	1	2	3
	Team building	1	2	3
	Prezentacje i wystąpienia publiczne	0,5	3	-
	Creative thinking	0,5	3	-
6	Wykład ogólnouniwersytecki 1	1	-	2
	Wykład ogólnouniwersytecki 2	1	-	2
7	Konwersatorium do wyboru 1 (j. pol.)	1	-	3
	Konwersatorium do wyboru 2 (j. pol.)	1	-	3
	Konwersatorium do wyboru 3 (j. obcy)	1	-	5
Razem:		32**	59	86
Wymiar % liczby punktów ECTS, którą student uzyskuje na skutek wyboru modułów kształcenia:	50%			

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2014/2015.

Program studiów został uchwalony na posiedzeniu Rady Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych w dniu 11 marca 2014r.

(nazwa wydziału)

(data posiedzenia rady wydziału)

.....
(podpis Dziekana)