UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Program studiów

Wydział:	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Kierunek:	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom kształcenia:	drugiego stopnia
Forma kształcenia:	studia stacjonarne
Rok akademicki:	2019/20

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Nauka, badania, infrastruktura	7
Program	11
Efekty uczenia się	13
Plany studiów	15
Sylabusy	21

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku:	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom:	drugiego stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	studia stacjonarne
Język studiów:	polski

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Nauki o komunikacji społecznej i mediach	**53,1%**
Nauki o zarządzaniu i jakości	**23,9%**
Informatyka techniczna i telekomunikacja	**13,0%**
Nauki prawne	**3,5%**
Językoznawstwo	**2,7%**
Matematyka	**2,2%**
Nauki o kulturze i religii	**1,6%**

Charakterystyka kierunku, koncepcja i cele kształcenia

Charakterystyka kierunku

Studia drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mają na celu rozszerzenie oferty kształcenia w kierunku bardziej interdyscyplinarnego przygotowywania absolwentów do pracy w zawodzie oraz dostosowania oferty kształcenia do zapotrzebowania rynku. Najnowsza ustawa o szkolnictwie wyższym kładzie nacisk na rozwój naukowy i badawczy uniwersytetów. Wychodząc naprzeciw tym zmianom, w strategię Instytutu wpisano pozyskiwanie większej niż dotychczas liczby grantów, większy udział w projektach międzynarodowych oraz w konkursach. Przesunięcie punktu ciężkości w kierunku kształcenia ogólnoakademickiego oraz ku pracom naukowo-badawczym oznacza możliwości udziału studentów w projektach naukowych, będących zespołowym wysiłkiem całej społeczności akademickiej Instytutu. Zapewnia także przygotowanie studentów do odpowiedzialnego i opartego na wiedzy podejmowania pracy w mediach masowych i profesjach okołomedialnych oraz do elastycznego, kreatywnego reagowania na zmieniające się potrzeby rynku mediów i promocji, a także umożliwia zdobywanie specjalistycznej wiedzy, dającej możliwość pracy w konkretnych profesjach związanych z komunikacją medialną, promocją, zarządzaniem informacją i komunikowaniem czy badaniami nad mediami i nad opinią publiczną. Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oferuje szeroki zakres zajęć o charakterze ogólnoakademickim w obrębie dziedzin nauk społecznych oraz humanistycznych ze szczególnym naciskiem na produkcję multimedialną i logistykę mediów, promocję oraz analizę i monitoring mediów. Program zajęć został opracowany w konsultacji z naukowymi autorytetami, szczególnie w dziedzinie medioznawstwa. Zajęcia prowadzone są w grupach, z wykorzystaniem metod aktywizujących, przy użyciu własnej infrastruktury technicznej oraz

naukowo-badawczej. Wykładowcy posiadają szerokie doświadczenia naukowo-badawcze zebrane w procesach realizacji grantów i badań naukowych zarówno krajowych, jaki międzynarodowych. Są autorami licznych publikacji. Ze względu na specyficzny charakter profilu kształcenia, część zajęć odbywa się w formie warsztatowej/projektowej i prowadzona jest przez specjalistów, także praktyków z zakresu produkcji multimedialnej, realizacji badań społecznych, monitoringu mediów, komunikacji politycznej, czy zagadnień z zakresu marketingu i promocji.

Koncepcja kształcenia

Program studiów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna odpowiada misji i strategii Uniwersytetu Jagiellońskiego opracowanej na lata 2014 - 2020. Misją UJ jest „wytyczanie nowych kierunków rozwoju ludzkiej myśli w atmosferze tolerancji i wolności w dziedzinie badań oraz nauczania z poszanowaniem godności człowieka i dla jego dobra”. Zadaniem Uniwersytetu jest także ochrona podstawowych wartości ludzkich przed zagrożeniami współczesnego świata. Misją natomiast Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ jest "pomnażanie dorobku myśli teoretycznej i badań stosowanych w dziedzinie nauk humanistycznych i społecznych, kształcenie na najwyższym poziomie przyszłych kadr dla rozwoju społeczeństwa wiedzy i informacji oraz zrównoważonego rozwoju gospodarczego, przy zachowaniu dbałości o stałe podnoszenie jakości i sprawności działania".
Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna należy do grupy kierunków strategicznych z punktu widzenia rozwoju społecznego kraju, w szczególności z perspektywy wyzwań społeczeństwa informacyjnego oraz rynków medialnych i okołomedialnych w wymiarach lokalnym, regionalnym, krajowym i globalnym. Absolwenci muszą być zdolni do samodzielnego identyfikowania problemów i dylematów profesjonalnych i etycznych, ich samodzielnego rozwiązywania w oparciu o wiedzę naukową, w sposób odpowiedzialny i oparty na kodeksach aksjologicznych i poczuciu odpowiedzialności za słowo, za dorobek kulturalny ludzkości i za jakość środowiska komunikacyjnego ludzi. Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna realizowany jest w duchu fundamentalnych zasad, do których należą: wolność nauczania, swoboda głoszenia poglądów, poszukiwanie prawdy i przekazywanie swoich dokonań następnym pokoleniom.
Podstawę programu stanowi proces dydaktyczny oraz prowadzenie badań naukowych przy współpracy z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami akademickimi, redakcjami prasowymi, radiowymi, telewizyjnymi, portalami internetowymi, agencjami reklamowymi i PR, jednostkami naukowo-badawczymi oraz administracją publiczną, ze szczególnym uwzględnieniem jednostek samorządu terytorialnego. Studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna kształcą ludzi profesjonalnych, odpowiedzialnych, mających szerokie horyzonty intelektualne oraz przestrzegających zasad moralnych. Oryginalność programu studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna wynika m.in. z połączenia przedmiotów z zakresu wiedzy teoretycznej z szeroką gamą kursów z obszaru nauk stosowanych. Jego innowacyjność polega także na szerokiej ofercie przedmiotów do wyboru. Moduły obowiązkowe, realizowane w ciągu pierwszego semestru, wprowadzają w problematykę oferowanych w trakcie studiów specjalizacji i kursów kierunkowych. W kolejnych trzech semestrach każdy student wybiera sześć spośród dwunastu wykładów kierunkowych, ściśle powiązanych z oferowanymi ścieżkami (produkcja multimedialna i logistyka mediów, promocyjna, analiza i monitoring mediów). Proces kształcenia studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to ciągłe wdrażanie nowych, innowacyjnych metod kształcenia, które mają ich przygotować do samodzielnej pracy, definiowania problemów i ich rozwiązywania. Wśród nich na uwagę zasługuje: 1. Wykorzystanie blended learningu polegającego na wsparciu godzin kontaktowych (praca z wykładowcą) i pracy własnej studenta narzędziami do e-learningu. W IDMiKS to przede wszystkim platforma Pegaz służąca do prezentowania studentom materiałów koniecznych do tego, by student uzyskał zaliczenie, ale również takich, które mogą poszerzyć wiedzę i umiejętności osób szczególnie zainteresowanych przedmiotem. Narzędzie jest też wykorzystywane do komunikacji studenci-wykładowca oraz studenci-studenci (szczególnie forum) oraz do testowania z wiedzy, wykonywania zadań indywidualnych i projektów grupowych. 2. Współpraca z podmiotami zewnętrznymi, w tym instytucjami publicznymi (głównie samorządowymi), organizacjami trzeciego sektora oraz biznesem. Studenci pracując na zajęciach przygotowują projekty dotyczące komunikacji i promocji dla rzeczywistych podmiotów (I i III sektor), dzięki czemu ich praca na zajęciach jest możliwie najbardziej zbliżona do warunków w jakich będą działali na rynku pracy. Dotyczy to również informacji zwrotnej nie tylko od prowadzącego przedmiot, ale również podmiotu, dla którego przygotowywany jest projekt. Osoby związane z biznesem prowadzą zajęcia w ramach niektórych przedmiotów, są również zapraszane na spotkania dedykowane większej liczbie grup. Dzięki temu studenci mają styczność ze specjalistami z różnych branż, co poszerza nie tylko ich wiedzę i umiejętnością, ale tez perspektywę wyboru ścieżki zawodowej i rozwoju. 3. Wykorzystanie podczas zajęć dostępnych narzędzi online oraz oprogramowania specjalistycznego do analizy i obróbki danych, przygotowania materiałów wizualnych, audio i wideo oraz DTP, niezbędnych w realizacji projektów. 4. Zastosowanie teorii gier i grywalizacji w czasie zajęć. Zadania indywidualne i grupowe oparte na teoriach gier, gry symulacyjne, strategiczne i edukacyjne, a także grywalizacyjne metody

oceniania czyli systemy oparte na rozłożonych w czasie wielu różnorodnych zadaniach oraz zbieraniu punktów, które pozwalają utrzymać uwagę i zaangażowanie studentów przez cały semestr. 5. Metoda symulacji – wykorzystywana dzięki zastosowaniu szerokiego spectrum dostępnych online światowych baz danych; metoda mapowania oraz pomiaru strumieni informacji. 6. Maksymalne wykorzystanie dostępnej bazy materialnej do zadań projektowych – szczególnie sprzętu komputerowego wraz z oprogramowaniem, studia radiowego i telewizyjnego, montażowni oraz sprzętu mobilnego. W roku akademickim 2015/16 powstało laboratorium medioznawcze IDMiKS. Laboratorium wyposażone zostało w komputerowe programy przeznaczone do badań mediów i innych badań społecznych. W jego ramach uruchomiono m.in. moduł komputerowy umożliwiający badania ankietowe typu CATI. Instytut posiada zatem infrastrukturę, która umożliwia prowadzenie zajęć projektowych o charakterze badawczym z udziałem studentów.

Cele kształcenia

1. Dostarczenie pogłębionej wiedzy o teoriach, procesach, zjawiskach, obiektach i faktach z dziedziny komunikacji społecznej i mediów oraz zależnościach między nimi, w kontekście ekonomicznym, prawnym, społecznym, kulturowym, technologicznym, językowym i innych, zarówno na poziomie lokalnym, jak i globalnym oraz ich powiązaniach z innymi dziedzinami
2. Dostarczenie pogłębionej wiedzy o metodach, technikach i narzędziach badania, analizy i interpretacji faktów, procesów, zjawisk i obiektów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów.
3. Dostarczenie zaawansowanej wiedzy o wybranych zagadnieniach z dziedziny komunikacji społecznej i mediów, w tym m.in. produkcji multimedialnej i logistyki mediów, różnych form promocji oraz monitoringu i analizy mediów.
4. Zapoznanie z podstawowymi dylematami współczesnej cywilizacji w kontekście rozwoju społeczeństwa informacyjnego i nowych technologii komunikacyjnych.
5. Przygotowanie do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także formułowania i testowania prostych hipotez badawczych poprzez umiejętne i twórcze wykorzystanie różnorodnych źródeł informacji oraz właściwy dobór metod i narzędzi badawczych, w tym zaawansowanych technologii informacyjno-komunikacyjnych.
6. Wypracowanie umiejętności kompetentnego komunikowania się z różnymi odbiorcami, w tym prowadzenia debaty.
7. Posługiwanie się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
8. Przygotowanie do samodzielnego uczenia się oraz współdziałania i kierowania innymi osobami w ramach pracy zespołowej.
9. Wypracowanie krytycznego podejścia do posiadanej wiedzy z zakresu komunikacji społecznej i mediów
10. Przygotowanie do odpowiedzialnego pełnienia ról społecznych i zawodowych.

Potrzeby społeczno-gospodarcze

Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia kierunku

Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna należy do grupy kierunków strategicznych z punktu widzenia rozwoju społecznego i gospodarczego kraju, w szczególności z perspektywy wyzwań społeczeństwa informacyjnego oraz rynków medialnych i okołomedialnych w wymiarach lokalnym, regionalnym, krajowym i globalnym. Wzrastająca rola mediów oraz znaczenie przemysłów opartych na nowych technologiach pozyskiwania, przetwarzania, dystrybucji informacji w połączeniu z postępującą mediatyzacją różnych sfer rzeczywistości społecznej, w warunkach profesjonalizacji, komercjalizacji i narastającej konkurencji, czyni kształcenie na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna nie tylko kluczowym elementem edukacji uniwersyteckiej, jest także odpowiedzią na potrzeby społeczne i gospodarcze oraz wyzwania rynku pracy. Absolwent studiów posiada podstawowe przygotowanie do pracy w sektorach medialnym, badawczo-naukowym, w agencjach reklamowych, w agencjach Public Relations, w domach mediowych, szeroko pojętej sferze zawodów okołomedialnych oraz w obszarze komunikacji społecznej.

Wskazanie zgodności efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi

Program i efekty uczenia się na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna opracowane zostały z uwzględnieniem potrzeb społeczno-gospodarczych oraz rynku pracy.
Celem studiów jest ukształtowanie przyszłych pracowników sfery medialnej i okołomedialnej jako jednostek otwartych, tolerancyjnych, kreatywnych i odpowiedzialnych za swoje działania w sferze publicznej, przygotowanych do pracy w wyżej wymienionych instytucjach. W zawodach medialnych i okołomedialnych konieczna jest zarówno pogłębiona wiedza i kompetencje m.in. w zakresie specyfiki rynku mediów, funkcjonowania organizacji medialnych i sektora promocji, prawa autorskiego, jak i szczegółowa wiedza i umiejętności w zakresie zarządzania projektami, przygotowania materiałów dla różnych mediów, w tym szczególnie nowych mediów, projektowania i realizacji kampanii medialnych, komercyjnych i społecznych, zarządzania informacją, kompetencji w zakresie krytycznej oceny organizacji, zarządzania przedsięwzięciami, wiedzy z zakresu nowych trendów w mediach i rozwoju technologii komunikacyjnych. W społeczeństwie i gospodarce opartych na nowoczesnych technologiach komunikacyjnych i informacyjnych szczególnego znaczenia nabiera umiejętność pozyskiwania wiedzy z różnych źródeł informacji, krytycznej oceny tych źródeł, efektywnego ich wykorzystania, badania, analizowania i prezentowania informacji pochodzących zarówno z mediów, jak i innych źródeł. Istotne jest również samodzielne identyfikowania problemów i ich rozwiązywanie w oparciu o wiedzę naukową i ekspercką,właściwe przygotowanie metodologiczne, a także przedsiębiorczość oraz kreatywność w realizacji zadań i przedsięwzięć zawodowych, często pod presją czasu i w trudnych do przewidzenia okolicznościach. Cenioną kompetencją staje się także umiejętność komunikacji z otoczeniem i nawiązywania kontaktów społecznych. Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna realizowany jest w odpowiedzi na te wyzwania. Zgodność z potrzebami społeczno-gospodarczymi oraz rynku pracy potwierdzają interesariusze zewnętrzni, którzy opiniują program studiów, a następnie informują Instytut o działaniach studentów/absolwentów podejmujących u nich pracę. Interesariuszami zewnętrznymi IDMiKS są: redakcje, agencje reklamowe, agencje PR, instytucje badawcze i stowarzyszenia. Także ostatnia analiza karier, jaką otrzymał IDMiKS w roku akademickim 2012/13 (dotyczyła okresu pięciu lat) wskazała na co najmniej 75 proc. absolwentów zatrudnionych w mediach, branżach okołomedialnych i profesjach związanych z komunikowaniem, co zasadniczo potwierdza korelację efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi i prawidłowość struktury programu studiów.

Nauka, badania, infrastruktura

Główne kierunki badań naukowych w jednostce

Projekty realizowane przez pracowników Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej finansowane ze środków zewnętrznych:

Agnieszka Hess (reprezentant Polski) - Populist Political Communication in Europe: Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism for Democratic Politics COST (European Corporation in Science and Technology) - 2014–2019
Agnieszka Hess - EUvox 2014 ZDA (Centre for Democracy Studies Arau), Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie - 2014
Agnieszka Hess - EUvox 2015 ZDA (Centre for Democracy Studies Arau), Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie- 2015
Michał Bukowski - Analiza mediów publicznych misja, plany programowe I sprawozdania finansowe. Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji - 2015
Małgorzata Lisowska-Magdziarz - Obserwatorium Dialogu Obywatelskiego. Projekt wspólny Wydziału Zarządzania i Kom. Społecznej UJ oraz Gminy Miejskiej Kraków - 2015-2018
Małgorzata Winiarska-Brodowska - Im Spiegel der Medien: Unternehmertum von Frauen und Männern in der deutschen und polnischen Presse – Images im Wandel. Niemiecka Fundacja na rzecz Nauki - 2014-2017
Marcin Pielużek- Wartości polskiego nacjonalizmu. Językowy obraz świata nacjonalistów w publikacjach oficjalnych oraz pismach drugiego i trzeciego obiegu SPD. NCN - 2013–2016
Jarosław Flis - Badanie skali zjawiska gerrymanderingu w polskich wyborach do rad gmin w 2014 r. Grant NCN - 2015–2017
Magdalena Hodalska - Fears and Anxieties in the 21st Century Oxford Mansfield College, Inter-Disciplinary. Net 2014–2016
Beata Klimkiewicz - Pilot Implementation of the Media Pluralism Monitor. Projekt finansowany przez Komisję Europejską i realizowany przez Instytut Uniwersytetu Europejskiego - 2015–2017.

Projekty (z)realizowane przez pracowników Instytutu finansowane w ramach Działalności Statutowej w latach 2017-2018:
Komunikowanie polityczne i mediatyzacja sfery publicznej => Medialne i społeczne uwarunkowania polaryzacji politycznej. Kierownik: dr Michał Bukowski. Pozostali uczestnicy: dr hab. Agnieszka Hess
dr hab. Agnieszka Szymańska, dr hab. Jarosław Flis, mgr Krzysztof Nowak, dr hab. Dominika Kasprowicz
Komunikowanie polityczne i mediatyzacja sfery publicznej => Unia Europejska jako przestrzeń badań komunikologicznych. Kierownik: dr Małgorzata Winiarska-Brodowska. Pozostali uczestnicy: dr hab. Agnieszka Szymańska
Polityka medialna i prawo mediów => Polityka medialna z perspektywy użytkownika mediów. Kierownik: dr hab. Beata Klimkiewicz. Pozostali uczestnicy: dr Małgorzata Winiarska-Brodowska.
Opinia publiczna i strategie komunikowania => Globalne strategie komunikowania: globalizacja versus regionalizacja opinii publicznej. Kierownik: prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas. Pozostali uczestnicy: dr hab. Andrzej Nowosad, dr Teresa Sławińska, dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia.
Nowe media => Nowe media – nowe wzorce komunikowania. Kierownik: dr hab. Maria Nowina Konopka. Pozostali uczestnicy: dr hab. Magdalena Szpunar.
Gatunki i formy medialne => Intermedialne przestrzenie dziennikarstwa i sztuk pięknych (ze szczególnym uwzględnieniem literatury). Kierownik: dr hab. Andrzej Kaliszewski. Pozostali uczestnicy: dr Magdalena Hodalska, dr Edyta Żyrek-Horodyska
Analiza semiotyki mediów => Tematyczna i formalna analiza mediów rozrywkowych oraz wytworów kultury popularnej (kontynuacja). Kierownik: dr hab. Wojciech Kajtoch. Pozostali uczestnicy: dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, dr Monika Wawer, dr Marcin Pielużek, mgr Agnieszka Całek.
Język, wartości, przekaz w mediach => Prawda w mediach – język, wartości, przekaz. Kierownik: prof. dr hab. Maciej Kawka
Analiza semiotyki mediów => Opowieści transmedialne w kulturze partycypacji. Kierownik – młody naukowiec: dr Agnieszka Całek
Komunikowanie polityczne i mediatyzacja sfery publicznej => Strategie komunikacyjne małopolskich gmin w oczach ich włodarzy. Kierownik – młody naukowiec: mgr Krzysztof Nowak
Komunikowanie polityczne i mediatyzacja sfery publicznej => Medialne i społeczne uwarunkowania polaryzacji politycznej. Kierownik: dr hab. Dominika Kasprowicz. Pozostali uczestnicy: dr hab. Agnieszka Hess, dr hab. Agnieszka Szymańska, dr hab. Jarosław Flis, mgr Krzysztof Nowak.

Analiza semiotyki mediów => Transmedialność, komunikacja wielomodalna, hybrydyczność gatunkowa: ewolucja zawartości mediów w kontekście konwergencji. Kierownik: dr hab. Małgorzata Lisowska-Magdziarz, prof. UJ. Pozostali uczestnicy: dr hab. Wojciech Kajtoch, dr Monika Wawer, dr Agnieszka Całek.
Gatunki i formy medialne => Reporterki. Reportaż wojenny i korespondencja wojenna z kobiecej perspektywy. Kierownik: dr hab. Andrzej Kaliszewski, prof. UJ. Pozostali uczestnicy: dr Edyta Żyrek-Horodyska.
Opinia publiczna i strategie komunikowania => Portale informacyjne i ich pozycjonowanie się w komunikacji publicznej - w stronę wojny informacyjnej. Kierownik: prof. dr hab. Teresa Sasińska-Klas. Pozostali uczestnicy: dr hab. Andrzej Nowosad, dr hab. Weronika Świeczyńska-Głownia.
Polityka medialna i prawo mediów => Europejska sfera publiczna w kontekście relacji pomiędzy mediami a polityką. Kierownik: dr hab. Beata Klimkiewicz. Pozostali uczestnicy: dr hab. Agnieszka Szymańska, dr Małgorzata Winiarska-Brodowska.
Język, wartości, przekaz w mediach => Dziennikarstwo traumy, trauma dziennikarzy Kierownik: dr Magdalena Hodalska. Pozostali uczestnicy: dr Teresa Sławińska.
Gatunki i formy medialne => Mapy i terytoria. Wokół reportażowych kartografii przestrzeni. Kierownik – młody naukowiec: dr Edyta Żyrek-Horodyska

Spis wybranych monografii pracowników IDMiKS za lata 2016-2018:
M. Bukowski, J. Flis, A. Hess, A. Szymańska, Rządzący i opozycja. Partie sejmowe i lokalne w małopolskich wyborach samorządowych 2014, Kraków 2016.
T. Sławińska, Mariaż druku i cyfryzacji na francuskim rynku prasowym, Kraków 2016.
K. Gad, Polska e-marka narodowa, Kraków 2016.
W. Kajtoch, Szkice językoznawczo-prasoznawcze, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2016.
W. Kajtoch, Bracia Strugaccy. Wydanie drugie, uzupełnione. wyd. Solaris, Stawiguda 2016.
Komunikowanie o nauce, red. Edyta Żyrek-Horodyska, Magdalenia Hodalska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2016.
Komunikowanie o bezpieczeństwie. Medialny obraz zagrożeń, red. Weronika Świerczyńska-Głownia, Teresa Sławińska, Magdalena Hodalska, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2016.
Inter-Disciplinary Press, Edited by Magdalena Hodalska, Catalin Ghita, Izabela Dixon, Oxford, United Kindom, 2016.
Weronika Świerczyńska, Działalność programowa telewizji publicznej. Kluczowe determinanty programowania i dystrybucja oferty, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2017
Ewa Bogacz-Wojtanowska, Agnieszka Hess, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Małgorzata Lendzion, Krzysztof Nowak, Dialog obywatelski w Krakowie w opiniach mieszkańców, przedstawicieli organizacji pozarządowych i mediów, Nowy Targ – Kraków 2017, Wydanie 2
Magdalena Hodalska, Trauma dziennikarzy dziennikarstwo traumy, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2017
Maria Nowina Konopka, Infomorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2017
red. Agnieszka Szymańska, Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Agnieszka Hess, Metody badań medioznawczych i ich zastosowanieWydawnictwo IDMiKS, Kraków 2018
Magdalena Szpunar, Imperializm kulturowy Internetu, Wydawnictwo Instytutu Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2017
Małgorzata Lisowska-Magdziarz, Fandom dla początkujących. Część II: Tożsamość i twórczość, Instytut Dziennikarstwa, Mediów i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Jagiellońskiego, 2018

Związek badań naukowych z dydaktyką

W obrębie przedmiotów obowiązkowych związek modułów z prowadzonymi badaniami kształtuje się na poziomie 56 ECTS.
W obrębie przedmiotów fakultatywnych związek ten wyliczono na poziomie 48 ECTS.

- Populist Political Communication in Europe: Comprehending the Challenge of Mediated Political Populism for Democratic Politics - Mediatyzacja sfery publicznej, Badania nad mediatyzacją, Język angielski w sektorze mediów;

- Analiza mediów publicznych (misja, plany programowe I sprawozdania finansowe) - Media lokalne i środowiskowe;
- Obserwatorium Dialogu Obywatelskiego - Badania nad mediatyzacją, Strategie komunikacyjne organizacji pozarządowych - Promocja w mediach społecznościowych;
- Im Spiegel der Medien: Unternehmertum von Frauen und Männern in der deutschen und polnischen Presse – Images im Wandel - Mediatyzacja kultury współczesnej;
- Wartości polskiego nacjonalizmu. Językowy obraz świata nacjonalistów w publikacjach oficjalnych oraz pismach drugiego i trzeciego obiegu - Język mediów, język w mediach;
- Badanie skali zjawiska gerrymanderingu w polskich wyborach do rad gmin w 2014 r. - Medialna analiza społeczno-polityczna, Mediatyzacja sfery publicznej, Badania nad mediatyzacją;
- Pilot Implementation of the Media Pluralism Monitor - Communication and Global Media;
Mediatyzacja – koncepcja, zmiany, konsekwencje - Mediatyzacja sfery publicznej, Badania nad mediatyzacją;
Śmierć prasy drukowanej, mit czy rzeczywistość. Przypadek Francji - Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym, Logistyka i administrowanie mediami;
Metodologia pomiaru medialnego wizerunku mniejszości narodowych, etnicznych i religijnych - Międzynarodowy Public Relations;
Wielka Wojna (1914-1918), polski czyn niepodległościowy (Legiony, Korpusy Polskie) i wojna polsko-bolszewicka w polskim reportażu i publicystyce (1914-1920) - Język mediów, język w mediach;
Dyskurs publiczny o kryzysach: badanie pilotażowe - Metodologia nauk społecznych;
Historia jako źródło opowieści transmedialnych funkcjonujących we współczesnym przemyśle rozrywkowym w Polsce - Semiotyka i analiza wielomodalna;
Lęk i kultura strachu w mediach - Medialna analiza społeczno-polityczna;
Tematyczna i formalna analiza mediów rozrywkowych oraz wytworów kultury popularnej - Mediatyzacja kultury współczesnej;
Polski reportaż wojenny, korespondencja wojenna oraz wojenna literatura faktu (1914-2000) – próba syntezy - Język mediów, język w mediach;
Język i dyskurs w tworzeniu tożsamości narodowej i kulturowej – medialne obrazy rzeczywistości społecznej - Pragmatyka językowa, Mediatyzacja kultury współczesnej;
Autonomia użytkownika w polityce medialnej i komunikacyjnej - Mediatyzacja sfery publicznej;
Konsolidacja w zarządzaniu komunikacją sieciową – na przykładzie aktorów politycznych - Społeczeństwo informacyjne, Teorie internetu, Badania realizowane online;
Media alternatywne jako narzędzie mobilizacji społeczeństwa – doświadczenia polskie - Socjologia mediów;
Europejska sfera publiczna: UE wobec współczesnych wyzwań - Public Diplomacy and Branding.

Instytut może pochwalić się wieloma pozytywnymi doświadczeniami w realizowaniu projektów nauko-dydaktycznych z udziałem studentów. Jednym z przykładów jest projekt realizowany w porozumieniu z Gminą Miejską Kraków od roku 2015 - Obserwatorium Dialogu Obywatelskiego. Podstawowym celem projektu jest poszerzenie i podniesienie jakości procesu dydaktycznego z zakresu obserwacji i analizy dialogu obywatelskiego oraz diagnozowania problemów i przygotowywania rekomendacji i propozycji ich rozwiązywania. W ramach projektu ODO zrealizowano następujące zadania badawcze, w które zaangażowani byli studenci IDMiKS: 1. W ramach zajęć zarządzanie informacją polityczną przeprowadzono badania sondażowe wśród mieszkańców Krakowa oraz przedstawicieli organizacji pozarządowych, których celem było określenie znanych form dialogu przez respondentów, znajomości instytucji dialogu obywatelskiego oraz źródeł pozyskiwania informacji oraz kanałów komunikacji organizacji pozarządowych; 2. W ramach zajęć metodologia nauk społecznych przygotowano studentów do prowadzenia analizy treści przekazu medialnego; 3. W ramach zajęć strategie komunikacyjne organizacji typu non-profit opracowano bazy dziennikarzy i kanałów komunikowania zajmujących się problematyką dialogu obywatelskiego w Krakowie; 4. W ramach zajęć montaż telewizyjny (z udziałem telewizji studenckiej Przystanek Student, obecnie UJOT TV) zrealizowano projekty medialne, których efektem były krótkie (do 3 minut) materiały telewizyjne lub radiowe dotyczące dialogu obywatelskiego (konsultacji społecznych, wolontariatu, budżetu obywatelskiego, itp.). Ten i inne projekty w pełni potwierdziły zdolność Instytutu do zapewnienia studentom udziału w badaniach. Dodatkowo, wspomniany udział studentów w badaniach realizowany jest w ramach prowadzonych zajęć, które w dużej części mają charakter projektowy.

Opis infrastruktury niezbędnej do prowadzenia kształcenia

Zajęcia prowadzone w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna realizowane są w nowoczesnych salach wykładowych i ćwiczeniowych zlokalizowanych na Kampusie 600-lecia Odnowienia Uniwersytetu Jagiellońskiego. Wszystkie wyposażone są w sprzęt multimedialny. Do dyspozycji studentów są również zlokalizowane na Wydziale: profesjonalne studio filmowe, montażownia (do montażu wykorzystywane jest profesjonalne oprogramowanie: Final Cut Pro - dla montażu telewizyjnego oraz Adobe Audition dla montażu radiowego), nowoczesne studio radiowe, sala do prowadzenia badań fokusowych oraz specjalistyczna pracownia informatyczna. W roku akademickim 2015/16 powstało laboratorium medioznawcze IDMiKS - uruchomiono moduł komputerowy, umożliwiający badania ankietowe typu CATI. Laboratorium wyposażone zostało w komputerowe programy do badań mediów i innych badań społecznych. Instytut posiada obecnie infrastrukturę, która umożliwia prowadzenie zajęć projektowych o charakterze badawczym z udziałem studentów. Do dyspozycji studentów jest również nowoczesna biblioteka Wydziałowa, której księgozbiór jest systematycznie uzupełniany o najnowsze pozycje książkowe (w j. polskim i j. angielskim).

Program

Podstawowe informacje

Klasyfikacja ISCED:	0321
Liczba semestrów:	4
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:	magister

Opis realizacji programu:

Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w pierwszym semestrze obejmuje zestaw przedmiotów obowiązkowych, w tym 60-godzinny kurs języka obcego. W kolejnych trzech semetrach oferowana jest szeroka gama wykładów kierunkowych do wyboru - każdy student zobowiązany jest do zaliczenia dwóch spośród czterech wykładów w każdym semestrze. Po zakończeniu pierwszego semestru tworzona jest lista rankingowa studentów (średnia ocen z I semestru), która jest podstawą do kolejności wyboru ścieżki (i seminarium dyplomowego). Program studiów oferuje trzy ścieżki: Produkcja multimedialna i logistyka mediów; Promocyjna; Analiza i monitoring mediów. Każdy student zobowiązany jest do do zaliczenia w ciągu kolejnych trzech semestrów wszystkich modułów obowiązkowych w ramach wskazanej ścieżki i jedenego z dwóch modułów fakultatywnych w obrębie ścieżki.

Liczba punktów ECTS

konieczna do ukończenia studiów	120
w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	106
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	2
którą student musi uzyskać w ramach modułów realizowanych w formie fakultatywnej	69
którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	0
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	0

Liczba godzin zajęć

Łączna liczba godzin zajęć: 915

Praktyki zawodowe

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Program studiów nie przewiduje praktyk zawodowych.

Ukończenie studiów

Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa/egzamin dyplomowy/inne)

Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy

Warunkiem przystąpienia do egzaminu dyplomowego jest pozytywna ocena pracy dyplomowej. Praca dyplomowa jest samodzielnym opracowaniem określonego zagadnienia naukowego prezentującym ogólną wiedzę i umiejętności studenta związane z kierunkiem studiów, poziomem i profilem kształcenia oraz umiejętności samodzielnego analizowania i wnioskowania.

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Nazwa	PRK
DKS_K2_W08	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, charakter - w tym wybrane fakty, teorie i metody - a także miejsce i znaczenie dziedziny nauk społecznych w systemie nauk oraz ich relacje do innych dziedzin	P7U_W, P7S_WG
DKS_K2_W09	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich teorie naukowe właściwe dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, a także zaawansowaną metodologię badań w tym obszarze	P7U_W, P7S_WG
DKS_K2_W10	Absolwent zna i rozumie w zaawansowanym stopniu, kluczowe zagadnienia, podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	P7U_W, P7S_WG
DKS_K2_W11	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, główne tendencje rozwojowe w obrębie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, do której przyporządkowany jest kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna	P7U_W, P7S_WG
DKS_K2_W12	Absolwent zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji oraz ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z dziennikarstwem i komunikacją społeczną, a także z rozwojem społeczeństwa informacyjnego oraz nowych mediów i technologii komunikowania	P7U_W, P7S_WK
DKS_K2_W13	Absolwent zna i rozumie zasady zarządzania zasobami własności intelektualnej oraz formy rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości oraz zna pojęcia i rozumie zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego	P7U_W, P7S_WK
DKS_K2_W14	Absolwent zna i rozumie podstawowe zasady funkjonowania wykorzystywanych w sektorze mediów urządzeń i stosowanego do nich oprogramowania	P7U_W, P7S_WG

Umiejętności

Kod	Nazwa	PRK
DKS_K2_U09	Absolwent potrafi formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz innowacyjnie wykonywać zadania przez właściwie dostosowane lub opracowane metody i narzędzia, w tym zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, a także syntetyzować różne idee i punkty widzenia z wykorzystaniem nowej wiedzy z dyscyplin nauki właściwych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	P7S_UW
DKS_K2_U10	Absolwent potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	P7S_UW
DKS_K2_U11	Absolwent potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi z dziedziny komunikacji społecznej i mediów	P7U_U, P7S_UW
DKS_K2_U12	Absolwent potrafi posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu komunikacji społecznej i mediów, komunikować się ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców na tematy specjalistyczne, a także prowadzić debatę	P7S_UK
DKS_K2_U13	Absolwent potrafi posługiwać się językiem obcym w zakresie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7U_U, P7S_UK

Kod	Nazwa	PRK
DKS_K2_U14	Absolwent potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym także kierować pracą zespołu	P7U_U, P7S_UO
DKS_K2_U15	Absolwent potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności uczenia się przez całe życie oraz podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą w wybranej sferze działalności społecznej, medialnej lub/i okołomedialnej, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
DKS_K2_U16	Absolwent potrafi dokonywać krytycznej analizy sposobu funkcjonowania rozwiązań technicznych charakterystycznych dla rynku mediów i oceniać te rozwiązania	P7U_U, P7S_UW

Kompetencje społeczne

Kod	Nazwa	PRK
DKS_K2_K04	Absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7S_KK
DKS_K2_K05	Absolwent jest gotów do świadomego wypełniania zobowiązań związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, jest także gotów do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO
DKS_K2_K06	Absolwent jest gotów do przestrzegania kodów aksjologicznych oraz kodeksów etycznych normujących działania zawodowe w sferze mediów i zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, wykazuje gotowość do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i podtrzymywania etosu zawodu oraz przestrzegania i rozwijania etyki zawodowej w sferze komunikacji społecznej, mediów i profesji okołomedialnych	P7S_KR

Plany studiów

W drugim semestrze pierwszego roku oraz w obu semestrach drugiego roku każdy student wybiera dwa spośród czterech wykładów, co oznacza, że w ciągu trzech semestrów ma obowiązek zaliczyć sześć (w tym jeden w języku angielskim) spośród dwunastu oferowanych wykładów (kierunkowych), każdy za 4 ECTS (w sumie 24 ECTS). Po pierwszym semestrze pierwszego roku tworzona jest lista rankingowa studentów (średnia ocen z I semestru), która jest podstawą do kolejności wyboru ścieżki (i seminarium dyplomowego). Każdy student zobowiązany jest do do zaliczenia w ciągu kolejnych trzech semestrów wszystkich modułów obowiązkowych w ramach wskazanej ścieżki i jedenego z dwóch modułów fakultatywnych w obrębie ścieżki. Wykaz przedmiotów specjalizacyjnych (obowiązkowych i fakultatywnych) zawierają poniższe tabele. Jako przedmioty do wyboru traktowane są wszystkie przedmioty w ramach realizowanej ścieżki (w sumie 45 ECTS za trzy semestry, w każdym 15 ECTS) z wyjątkiem kursu Język angielski w sektorze mediów, który jest obowiązkowy na wszystkich ścieżkach.

Semestr 1

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Metodologia nauk społecznych	60	6,0	egzamin	O
Teorie komunikowania masowego	45	5,0	egzamin	O
Główne nurty kultury XX i XXI wieku	30	4,0	egzamin	O
Społeczeństwo informacyjne	45	5,0	egzamin	O
Ekonomika mediów	30	4,0	egzamin	O
Prawo autorskie	30	4,0	egzamin	O
Język obcy	60	2,0	egzamin	O

Semestr 2

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Kreatywne pisanie	15	2,0	zaliczenie	O
Seminarium dyplomowe	20	4,0	zaliczenie	O
Grupa zajęć fakultatywnych				O
W drugim semestrze pierwszego roku oraz w obu semestrach drugiego roku każdy student wybiera dwa spośród czterech wykładów, co oznacza, że w ciągu trzech semestrów ma obowiązek zaliczyć sześć (w tym jeden w języku angielskim) spośród dwunastu oferowanych wykładów (kierunkowych), każdy za 4 ECTS (w sumie 24 ECTS).				
Pragmatyka językowa	30	4,0	egzamin	F
Mediatyzacja sfery publicznej	30	4,0	egzamin	F
Socjologia mediów	30	4,0	egzamin	F
Dyplomacja publiczna i branding kraju	30	4,0	egzamin	F

Ścieżka: Analiza i monitoring mediów

Każdy student zobowiązany jest do do zaliczenia w ciągu kolejnych trzech semestrów wszystkich modułów obowiązkowych w

ramach ścieżki i jedenego z dwóch modułów fakultatywnych w obrębie ścieżki. W każdym semestrze w ramach ścieżki musi uzyskać 16 punktów ECTS, wciągu trzech semestrów: 48 ECTS.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Metody i techniki ilościowe	45	6,0	zaliczenie	O
Analiza konwersacyjna	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach	30	4,0	zaliczenie	F
Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Produkcja multimedialna i logistyka mediów

Każdy student zobowiązany jest do do zaliczenia w ciągu kolejnych trzech semestrów wszystkich modułów obowiązkowych w ramach ścieżki i jedenego z dwóch modułów fakultatywnych w obrębie ścieżki. W każdym semestrze w ramach ścieżki musi uzyskać 16 punktów ECTS, w ciągu trzech semestrów: 48 ECTS.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Produkcja i realizacja formatów telewizyjnych	45	6,0	zaliczenie	O
Promocja online przedsiębiorstwa medialnego	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach	30	4,0	zaliczenie	F
Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Promocyjna

Każdy student zobowiązany jest do do zaliczenia w ciągu kolejnych trzech semestrów wszystkich modułów obowiązkowych w ramach ścieżki i jedenego z dwóch modułów fakultatywnych w obrębie ścieżki. W każdym semestrze w ramach ścieżki musi uzyskać 16 punktów ECTS, w ciągu trzech semestrów: 48 ECTS.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Promocja branżowa	45	6,0	zaliczenie	O
Międzynarodowy public relations	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach	30	4,0	zaliczenie	F
Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym	30	4,0	zaliczenie	F

Semestr 3

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Seminarium dyplomowe	20	6,0	zaliczenie	O
Grupa zajęć fakultatywnych				O

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
W drugim semestrze pierwszego roku oraz w obu semestrach drugiego roku każdy student wybiera dwa spośród czterech wykładów, co oznacza, że w ciągu trzech semestrów ma obowiązek zaliczyć sześć (w tym jeden w języku angielskim) spośród dwunastu oferowanych wykładów (kierunkowych), każdy za 4 ECTS (w sumie 24 ECTS).				
Mediatyzacja kultury współczesnej	30	4,0	egzamin	F
Communication and Global Media	30	4,0	egzamin	F
Teorie internetu	30	4,0	egzamin	F
Język mediów, język w mediach	30	4,0	egzamin	F

Ścieżka: Analiza i monitoring mediów

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Technologia medialna	45	6,0	zaliczenie	O
Statystyka i analiza danych	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Etyka mediów	30	4,0	zaliczenie	F
Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Produkcja multimedialna i logistyka mediów

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Produkcja i realizacja formatów radiowych	45	6,0	zaliczenie	O
Logistyka i administrowanie mediami	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Etyka mediów	30	4,0	zaliczenie	F
Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Promocyjna

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Promocja w mediach społecznościowych	45	6,0	zaliczenie	O
Strategie komunikacyjne organizacji społecznych	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Etyka mediów	30	4,0	zaliczenie	F
Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce	30	4,0	zaliczenie	F

Semestr 4

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Seminarium dyplomowe	20	6,0	zaliczenie	O
Grupa zajęć fakultatywnych				O
W drugim semestrze pierwszego roku oraz w obu semestrach drugiego roku każdy student wybiera dwa spośród czterech wykładów, co oznacza, że w ciągu trzech semestrów ma obowiązek zaliczyć sześć (w tym jeden w języku angielskim) spośród dwunastu oferowanych wykładów (kierunkowych), każdy za 4 ECTS (w sumie 24 ECTS).				
Media, reklama i konsumpcja we współczesnych teoriach kultury	30	4,0	egzamin	F
Media lokalne i środowiskowe	30	4,0	egzamin	F
Marketing	30	4,0	egzamin	F
Medialna analiza społeczno-polityczna	30	4,0	egzamin	F

Ścieżka: Analiza i monitoring mediów

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Badania nad mediatyzacją	45	6,0	zaliczenie	O
Badania realizowane on-line	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Wizualizacja informacji	30	4,0	zaliczenie	F
Kreacja portfolio i networking	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Produkcja multimedialna i logistyka mediów

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Technologia przekazu w mediach społecznościowych	45	6,0	zaliczenie	O
Zarządzanie projektami	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Wizualizacja informacji	30	4,0	zaliczenie	F
Kreacja portfolio i networking	30	4,0	zaliczenie	F

Ścieżka: Promocyjna

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Kreowanie marki	45	6,0	zaliczenie	O
Społeczna odpowiedzialność biznesu	30	5,0	zaliczenie	O
Język angielski w sektorze mediów	15	1,0	zaliczenie	O
Wizualizacja informacji	30	4,0	zaliczenie	F
Kreacja portfolio i networking	30	4,0	zaliczenie	F

O - obowiązkowy
F - fakultatywny

Sylabusy

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Metodologia nauk społecznych

Nazwa przedmiotu Metodologia nauk społecznych			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30, konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Warunek obecności na wykładach na poziomie 75%.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem prowadzonych zajęć (wykład + konwersatorium) jest zapoznanie studentów z podstawowymi założeniami nauk społecznych oraz metodami i technikami badawczymi stosowanymi szczególnie na gruncie nauk o komunikacji społecznej i mediach. Studenci zapoznają się z rodzajami źródeł informacji, zasadami ich doboru, poszczególnymi etapami procesu badawczego, rodzajami badań oraz metodami i technikami, jakie stosuje się w badaniach medioznawczych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student nabywa podstawową wiedzę o założeniach metodologicznych badań prowadzonych w ramach nauk społecznych, metodach i technikach prowadzenia badań medioznawczych, co pozwala na analizę procesów i zjawisk społecznych zachodzących w rzeczywistości społecznej.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	student wykorzystuje praktycznie poznane paradygmaty nauk społecznych do analizy procesów społecznych, kulturowych, politycznych i ekonomicznych, z wykorzystaniem instrumentarium badawczego stosowanego w zakresie nauk społecznych. Potrafi dobrać właściwe metody i narzędzia badawcze do analizy zjawisk i procesów społecznych, skonstruować narzędzia badawcze dopasowane do obszaru i zakresu prowadzonych badań empirycznych.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	student dzięki znajomości metod i technik badawczych oraz nabytemu doświadczeniu badawczym jest gotów do przygotowania i realizowania projektów społecznych współpracując z innymi partnerami w ramach realizowanego tematu/zadania badawczego.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Wprowadzenie do metodologii badań - podstawowe pojęcia i założenia.	W1, U1
2.	2. Metodologia nauk społecznych, specyfika badań medioznawczych. Warsztat badawczy.	W1, U1
3.	3.Wybrane paradygmaty nauk społecznych	W1, U1
4.	4.Etapy procesu badawczego.	W1, U1, K1
5.	5. Badania źródłowe: źródła zastane, źródła wywołane, Źródła historyczne i współczesne,	W1, U1
6.	6. Wywiad jako metoda badawcza.	U1, K1
7.	7. Badania ankietowe. Sondaże opinii publicznej.	U1, K1
8.	8. Analiza treści, analiza zawartości, analiza dyskursywna	W1, U1, K1
9.	9. Metoda dokumentów osobistych	U1, K1
10.	10. Obserwacja w naukach społecznych i w pracy dziennikarza.	U1, K1
11.	11. Metoda teorii ugruntowanej- jej możliwości i ograniczenia.	W1, U1, K1
12.	12. Grywalizacja w badaniach empirycznych (z wykorzystaniem programu Corel Draw)	W1, U1, K1
13.	13. Metody jakościowe, metody ilościowe- analiza danych.	U1, K1
14.	14.Skalowanie postaw, budowa skal i indeksów.	U1, K1
15.	15.Metoda eksperymentalna	W1, U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład konwencjonalny, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia laboratoryjne, udział w badaniach, grywalizacja

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest obecność na zajęciach (75%) oraz zaliczenie konwersatorium. Pozytywna ocena z egzaminu od 50%+1 pkt.

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	Zaliczenie - na podstawie uczestnictwa w konwersatorium, aktywności i zaangażowania w trakcie zajęć oraz przygotowywanych w trakcie konwersatorium cząstkowych projektów badań naukowych w zakresie mediów. Student jest oceniany pod względem terminowości, pomysłowości i oryginalności wykonywanych zadań, logiczności i poprawności naukowego wnioskowania w zakresie realizacji projektu badania naukowego oraz umiejętności praktycznego wykorzystania wyników badań naukowych.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
konwersatorium	30
wykonanie ćwiczeń	20
zbieranie informacji do zadanej pracy	20
przygotowanie do egzaminu	20
przygotowanie do zajęć	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 150
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 60

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	egzamin pisemny	zaliczenie na ocenę
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Teorie komunikowania masowego

Nazwa przedmiotu Teorie komunikowania masowego			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30, konwersatorium: 15		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi orientacjami teoretycznymi i wynikami badań nad komunikowaniem masowym. Struktura wykładu i ćwiczeń odpowiada poszczególnym fazom procesu komunikowania, a zatem poszczególne bloki tematyczne poświęcone są problematyce nadawcy, przekazu, medium (kanału), odbiorcy i efektów komunikowania.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	na poziomie rozszerzonym terminologię z zakresu nauk o mediach i komunikowaniu oraz pokrewnych dziedzin i dyscyplin naukowych, właściwych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10, DKS_K2_W11
W2	funkcje kultury i systemu medialnego oraz systemu społeczno-politycznego we współczesnym społeczeństwie informacyjnym i wzajemnych relacjach zachodzących pomiędzy tymi systemami.	DKS_K2_W12
W3	procesy zmian w sferze mediów i komunikacji społecznej w obrębie społeczeństwa, prawidłowości, przebieg i konsekwencji tych zmian oraz posiada pogłębioną wiedzę o procesach komunikacji społecznej, w tym o najnowszych teoriach komunikowania oraz wiedzę pogłębioną dotyczącą mediów tak w wymiarze lokalnym, jak i regionalnym i globalnym.	DKS_K2_W12

W4	metody, narzędzia i techniki badawcze z zakresu nauki o mediach i komunikowaniu.	DKS_K2_W11, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań.	DKS_K2_U10
U2	analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i okołomedialną, także w oparciu o podstawy teoretyczne z zastosowaniem metody badawczej.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10
U3	wykorzystać wiedzę teoretyczną do opisu i analizy praktycznej rozmaitych procesów komunikacyjnych oraz zjawisk społecznych, związanych z mediami lub/i działalnością promocyjną, analizować ich przyczyny, prognozować przebieg i przewidzieć ich skutki, jak również formułować własne opinie na ten temat, stawiać proste hipotezy badawcze i je weryfikować.	DKS_K2_U11
U4	posługiwać się specjalistycznymi technikami analityczno-badawczymi z zakresu medioznawstwa i dziedzin, umożliwiającymi analizę przekazów medialnych, ich audytoriów oraz kanałów komunikacji.	DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	samodzielnego wykorzystania i krytycznego uzupełniania oraz doskonalenia nabytej wiedzy teoretycznej i umiejętności badawczych.	DKS_K2_K04
K2	prawidłowego rozpoznawania i rozstrzygania dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Nauka o komunikacji masowej - podstawowe pojęcia. Relacje między pojęciami: teoria, doktryna, orientacja. 5 epok teorii komunikowania masowego: *epoka teorii społeczeństwa masowego; powstanie naukowych badań komunikowania masowego; epoka teorii ograniczonych efektów mediów; * epoka krytyki kultury medialnej; * powstanie teorii umiarkowanych efektów i negocjowanego wpływu mediów. Orientacje i główne kierunki w badaniach komunikowania masowego. 4 główne kategorie teorie komunikowania: teorie postpozytywistyczne, teorie hermeneutyczne, teorie krytyczne; teorie normatywne.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
2.	Teoria społeczeństwa masowego. Założenia teorii społeczeństwa masowego. Początek „wielkiej debaty” nad mediami – 1961 r. B. Berelson, The Great Debate on Cultural Democracy. Przykłady teorii społeczeństwa masowego. ‘Wspólnota’ i ‘stowarzyszenie’ (w koncepcji F. Tönniesa. Solidarność mechaniczna (tradycyjne społeczności) i organiczna (nowoczesne porządki społeczne) w teorii E. Durkheima.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

3.	Komunikowanie masowe w epoce propagandy. Propaganda jako rodzaj perswazji. Wzajemne relacje pojęć: propaganda – manipulacja – demagogia. Propaganda w perspektywie historycznej. Ważne instytucje badań nad propagandą: Institute for Propaganda Analysis, Office of Radio Research, Bureau of Applied Social Research, Grupa z Yale. Propaganda w perspektywach badawczych: nurt psychologiczny (H. D. Lasswell, L. Doob, D. Kretch, C. Crutchfield, P. F. Lazarsfeld oraz G. Maletzke), nurt socjologiczny (T. Parsons, C. W. Mills, W. Lippmann, J. Ellul), nurt politologiczny (M. Duverger, F. G. Wilson, T. M. Newcomb, L. Fraser, G. S. Jowett, V. O'Donnell). Wyniki badań nad propagandą: mechanizmy propagandy, środki językowe i repertuar klasycznych technik propagandy: funkcja stereotypów w procesie komunikowania. Współczesne teorie propagandy – wybrane przykłady – H. Schiller, Culture Inc.: The Corporate Takeover of Public Expression, R. McChesney, Corporate Media and the Threat to Democracy, Noam Chomsky, American Power and the New Mandarins oraz Deterring Democracy, a zwłaszcza Manufacturing Consent (razem z E. S. Hermanem). Reklama i propaganda – M. Sproule, Channel of Propaganda oraz Propaganda and Democracy: The American Experience of Media and Mass Persuasion.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
4.	Normatywne i krytyczne teorie (doktryny) mediów. O pojęciu 'doktryny medialnej'. Doktryny normatywne a krytyczne. Źródła wpływu normatywnego na funkcjonowanie mediów. Media a interes publiczny. Four Theories of The Press (Siebert, Schramm i Peterson, 1956): doktryny autorytarna, liberalna, odpowiedzialności społecznej, leninowska. Inne doktryny normatywne: doktryna mediów na rzecz rozwoju, doktryna demokratycznego uczestnictwa, katolicka doktryna medialna. Teorie normatywne mediów w ujęciu W. Hatchena	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
5.	Teoria ograniczonych efektów mediów. Początki i rozwój: P. Lazarsfeld (Uniwersytet Columbia), C. Hovland ('Experimental Section, Uniwersytet Yale – program badań nad komunikowaniem). Teoria średniego zasięgu i umocnienie paradygmatu ograniczonych efektów mediów: koncepcja analizy funkcjonalnej (R. Merton), teoria przepływu informacji, teoria dyfuzji informacji/innowacji (E. Rogers), teoria fenomenalistyczną (teorię wzmocnienia) (J. Klapper), teoria masowej rozrywki (H. Mendelsohn) i koncepcja pluralizmu elit (V.O. Key), 'elita władzy' (C. W. Mills). Zakwestionowanie paradygmatu ograniczonych efektów mediów: dzieci i przemoc w mediach.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
6.	Oddziaływanie mediów masowych: skutki (efekty) komunikowania masowego. Pojęcie 'wpływu' mass mediów. Skuteczność mediów. Rodzaje skutków (efektów). Spory o siłę oddziaływania mediów. Wybrane czynniki sprzyjające skuteczności mediów. Czynniki ograniczające skuteczność mediów. Selekcja odbiorcza i związane z nią koncepcje (dysonans poznawczy, koncepcja użytkowania i korzyści, eskapizmu i inne). Wybrane tezy na temat wpływu oddziaływania mass mediów na podstawie wyników eksperymentalnych badań Hovlanda: * problematyka cech nadawcy (np. 'efekt utajony'), *aspekty dotyczące treści przekazu (np.'efekt świeżości' a 'efekt pierwszeństwa') oraz cechy odbiorców a skuteczność komunikowania. Teorie demitologizujące potęgę mediów – wybrane przykłady – teoria fenomenalistyczna (Klapper), teorie selektywnego wpływu (DeFleur), dwustopniowy przepływ informacji i opinii (Katz, Lazarsfeld), teoria użytkowania i korzyści. Ponowne odkrycie potęgi mediów – przegląd wybranych koncepcji: agenda setting, framing, teoria kultywacji, hipoteza spirali milczenia, determinizm technologiczny, luka wiedzy.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
7.	Funkcje komunikowania i mediów masowych. Pojęcie funkcji i założenia analizy funkcjonalnej, funkcje jawne i ukryte, eufunkcje i dysfunkcje, funkcje zamierzone, nadane i pełnione; omówienie wybranych typologii funkcji komunikowania i mediów (m.in. Lasswella, Lazarsfelda i Mertona, Schramma, Wrighta, UNESCO, McQuail'a).	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

8.	Teorie i badania nad publicznością mediów. O pojęciu ‘publiczności’/’widowni’ (audience). Różne koncepcje ‘publiczności’/’widowni’. Kategorie publiczności wg. V. Nightingale. 5 tradycji badań nad ‘publicznością’(Jensen i Rosengren, 1990). Koncepcja ‘widowni masowej’ wg Blumera. Krytyka koncepcji widowni jako ‘masy’. Widownia jako grupa (więź). Widownia a masowy rynek medialny. Krytyka ideologii kultury masowej. Teoria krytyczna a widownia: źródła koncepcji krytycznej – lata 30. Szkoła Frankfurcka (np. Horkheimer, Adorno), lata 60. i 70. XX wieku w Wielkiej Brytanii: dwie odmiany teorii neomarksowskiej: a) brytyjskie studia kulturowe) [R. Williams, Ośrodek Współczesnych Studiów Kulturowych w Birmingham, Stuart Hall] oraz b) teoria ekonomii politycznej, np. H. I. Schiller, („Sternicy świadomości”] oraz D. Smythe (i jego koncepcja ‘utowarowienia publiczności’). Cele badań nad publicznością mediów masowych. Typologia badań nad widownią wg. McQuaila – 3 podstawowe perspektywy badań nad widownią: strukturalna, behawioralna i społecznokulturowa (podstawowe cele, dane i metody). Publiczność mediów – najważniejsze kwestie o znaczeniu publicznym. Typologia powstawania widowni środków masowego przekazu. Podstawowe cechy docierania do widowni z punktu widzenia potencjalnego nadawcy.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
9.	Krytyczne i kulturowe teorie komunikowania masowego. Teorie kulturowe komunikowania masowego jako wyzwanie wobec paradygmatu ograniczonych efektów. Typologia kulturowych teorii mediów. Zwrot kulturowy w badaniach nad mediami. Różne teorie kulturowe mediów i różne sposoby ich typologii. Podział ze względu na skalę badań: A) mikroskopowe teorie interpretacyjne (inaczej: teorie studiów kulturowych); B) makroskopowe teorie strukturalne (inaczej: teorie ekonomii politycznej). Teorie kulturowe (Europa) na tle teorii empirycznych (USA). Wielkie teorie społeczne (np. teoria społeczeństwa masowego, marksizm) jako źródło kulturowych teorii mediów. Neomarksizm, brytyjskie studia kulturowe i teoria ekonomii politycznej (lata 60. i 70.). Inne źródła europejskich studiów kulturowych: tradycja humanistycznej krytyki tekstów religijnych i literackich oparta na hermeneutyce. Teoria interpretacyjna. Brytyjskie studia kulturowe (BSK). Ewolucja BSK wg G. Murdocka. Teoria ekonomii politycznej. Debata w ramach teorii kulturowej: teoria studiów kulturowych vs teoria ekonomii politycznej. Rozwój kulturowych teorii mediów. Inne spojrzenie na studia kulturowe: ujęcie transmisyjne a rytualne. J. Carey Interakcjonizm symboliczny (Mind, Self and Society, George Herbert Mead). Społeczne tworzenie rzeczywistości (koncepcja konstruowania społecznego / konstrukcjonizm społeczny. Pionierzy: A. Schutz (koncepcja typizacji). Rozwój: P. Berger i T. Luckmann (Społeczne konstruowanie rzeczywistości, 1966). Wpływ teorii kulturowych na badania w USA: badania kultury popularnej.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
10.	Teorie aktywnej publiczności. (I) Koncepcja użytkowania i korzyści (uses & gratifications). Pionierzy (lata 40.): Lazarsfeld, Stanton, Berelson. H. Herzog i jej praca pt. Motivations and Gratifications of Daily Serial Listeners (1944). Rozwój koncepcji: The Process and Effects of Mass Communication (Schramm, 1954). 5 podstawowych założeń koncepcji uses & gratifications. Kategorie potrzeb wg D. McQuaila. Odrodzenie zainteresowania ujęciem u&g w latach 70., a następnie w latach 90. (wraz z rozwojem nowych mediów). (II) Teoria badania odbioru (recepcji). Rozwój badań odbioru: dekodowanie i tworzenie znaczenia i jej rozwój: Morley, Mayne i inni. Feministyczne badania odbioru na przykładzie prac J. Radway (1984), L. Steiner (1988) oraz A. McRobbie (1984). (III) Analiza ramowa. E. Goffman (1974) i teoria analizy ramowej. Człowiek w teatrze życia codziennego. Analiza ramowa a media na przykładzie Gender Advertisements Goffmana (1979). (IV) Teoria przetwarzania informacji. Psychologia poznawcza jako źródło teorii przetwarzania informacji. Teoria przetwarzania informacji w badaniach nad telewizją (D. Davis i J. Robinson, 1989 r.). Inne badania: świat reklamy, telewizyjne relacji politycznych, analiza programów dla dzieci.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2
11.	Wybrane teorie mediów, kultury i społeczeństwa. Determinizm technologiczny (Innis, McLuhan). Teoria marketingu społecznego. Koncepcja utowarowienia kultury. Koncepcja luki wiedzy. Ustalanie porządku spraw (agenda-setting). Hipoteza spirali milczenia. Teoria zależności od systemów medialnych. Analiza kultywacji. Teoria intruzji mediów. Media masowe i sfera publiczna.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, ćwiczenia przedmiotowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Egzamin pisemny obejmujący znajomość problematyki wykładu oraz lektur wskazanych przez wykładowcę. W drugim tygodniu zajęć uczestnicy kursu wykonują test kompetencyjny sprawdzający podstawową wiedzę z zakresu nauki o komunikowaniu. Wynik testu nie podlega ocenie, a ma jedynie wartość wskaźnikową. Zaliczenie wykładu na podstawie egzaminu pisemnego obejmującego znajomość problematyki wykładu oraz lektur wskazanych przez wykładowcę.
konwersatorium	zaliczenie pisemne, projekt	Zaliczenie konwersatorium na podstawie kolokwium oraz oceny własnego projektu naukowego opracowanego przez każdego uczestnika zajęć wg schematu pracy naukowej przygotowanego przez prowadzącego zajęcia.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
wykład	30
konwersatorium	15
przygotowanie projektu	10
przygotowanie do egzaminu	30
przygotowanie do ćwiczeń	20
zbieranie informacji do zadanej pracy	10
wykonanie ćwiczeń	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 125
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	projekt
W1	x	x	
W2	x	x	
W3	x	x	
W4			x
U1	x	x	x
U2	x	x	x
U3			x
U4			x
K1			x
K2			x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Główne nurty kultury XX i XXI wieku

Nazwa przedmiotu Główne nurty kultury XX i XXI wieku			
Klasyfikacja ISCED 0314 Socjologia i kulturoznawstwo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o kulturze i religii	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przedstawienie głównych, najwartościowszych, jak i najbardziej kontrowersyjnych nurtów w kulturze XX i XXI wieku. Zachęcenie do indywidualnego sięgania po arcydzieła literatury i sztuki, jak i do uczestnictwa w dyskursie nad hierarchią wartości we współczesnym świecie.
C2	Rozumienie kultury jako jednego z najważniejszych terminów humanistyki, nauk społecznych, medioznawstwa.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	ważność oraz złożoność terminu kultura na przestrzeni wieków.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W12
W2	główne wątki dyskursu nad miejscem i przyszłością kultury w XX i XXI wieku, jak i główne jej nurty oraz tendencje.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	implementować szeroko pojętą tematykę kulturalną do własnej działalności i twórczości medialnej.	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	wypełniania - w swej działalności medialnej - misji wobec kultury, do rozumnego oraz pożytecznego korzystania z kultury i i uczenia tego innych.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Kultura – treść i zakres pojęć. Zarys różnych ujęć kultury. Podziały kultury. Główne antynomie.	W1
2.	Słynne prognozy i oceny dot. rozwoju (jak i kryzysu) kultury w XX i XXI wieku.	W2, U1
3.	Przegląd modernistycznych nurtów kultury symbolicznej (wyższej) XX wieku.	W2
4.	Kultura przedmiotem i narzędziem polityki.	W2
5.	Kultura masowa, popularna, globalna.	W2
6.	Kultura informatyczna i kultura Internetu.	W2
7.	Kontrkultura i jej nurty.	W2
8.	Postmodernizm, kultura New Age.	W2
9.	Perspektywy. Kultura konsumpcji, antyglobalizm, kultura wartości.	W2, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	pozytywna ocena z egzaminu + obecność na wykładach (ponad 50%)

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie do egzaminu	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	60
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
W2	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Społeczeństwo informacyjne

Nazwa przedmiotu Społeczeństwo informacyjne			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30, konwersatorium: 15		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zna na poziomie rozszerzonym terminologię z zakresu społeczeństwa informacyjnego, jego podstawowe problemy oraz perspektywy rozwoju	DKS_K2_W10
W2	ma pogłębioną wiedzę o procesach zmian dotyczących sfery mediów i procesów komunikacji społecznej w obrębie społeczeństwa informacyjnego, o prawidłowościach, przebiegu i konsekwencji tych zmian w Polsce i na świecie	DKS_K2_W11, DKS_K2_W12
W3	ma rozszerzoną wiedzę o funkcjach kultury i systemu medialnego oraz systemu społeczno-politycznego we współczesnym społeczeństwie informacyjnym i wzajemnych relacjach zachodzących pomiędzy tymi systemami	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	rozumie i potrafi analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne charakterystyczne dla społeczeństwa informacyjnego, także w oparciu o podstawy teoretyczne z zastosowaniem metody badawczej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie w problematykę społeczeństwa informacyjnego	W1, W2, W3, U1, K1
2.	Społeczeństwo informacyjne w Polsce, Europie, na świecie	W1, W2, W3
3.	Wskaźniki rozwoju społeczeństwa informacyjnego	W2, U1, K1
4.	Wybrane problemy rozwoju społeczeństwa informacyjnego	W1, W2, W3, U1
5.	Dokąd zmierzamy - perspektywy ewolucji społeczeństwa informacyjnego	W1, W2, W3, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków, metody e-learningowe, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny z konwersatorium. Warunkiem zaliczenia wykładu jest uzyskanie min. 60% punktów z egzaminu końcowego.
konwersatorium	zaliczenie na ocenę, projekt	Warunkiem zaliczenia konwersatorium jest obecność (minimum 85%) oraz uzyskanie minimum 51% punktów z projektu końcowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
konwersatorium	15
przygotowanie projektu	60
przygotowanie do egzaminu	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 135
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	egzamin pisemny	zaliczenie na ocenę	projekt
W1	x	x	x
W2	x	x	x
W3	x	x	x
U1	x	x	x
K1	x	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Ekonomika mediów

Nazwa przedmiotu Ekonomika mediów			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznaje studenta z podstawami pojęciami oraz zagadnieniami z zakresu ekonomii mediów
C2	zapoznaje studenta z podstawami zasadami działania instytucji medialnych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zasady działania systemów i instytucji medialnych	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	pracować w grupie	DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	do samodzielnej organizacji pracy dziennikarza funkcjonującego w przestrzeni społecznej	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	W trakcie zajęć student zapoznaje się z podstawami pojęciami oraz zagadnieniami z ekonomii mediów. Poznaje prawa i reguły funkcjonowania rynku mediów.	W1

2.	Student zapoznaje się także z podstawami i zasadami działania instytucji medialnej oraz zdobywa wiedzę zorientowaną na praktyczne zastosowanie ekonomiki mediów.	K1
3.	Student zapoznaje się z zasadzma pracy zespołów redakcyjnych	U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, wykład konwencjonalny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	projekt	75% obecność na wykładzie; terminowe oddanie projektu

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie projektu	60
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	projekt
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Prawo autorskie

Nazwa przedmiotu Prawo autorskie			
Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 1
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki prawne	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat praw autorskich oraz praktycznych umiejętności korzystania z nich przez studentów/ przyszłych dziennikarzy.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zasady zarządzania zasobami własności intelektualnej oraz powiązania ich z formami rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości a także zna w pogłębionym zakresie pojęcia i rozumie zasady dotyczące prawa autorskiego	DKS_K2_W10, DKS_K2_W13
W2	zna fakty, obiekty, zjawiska i procesy z zakresu z dyscypliny naukowej media i komunikowanie oraz potrafi je powiązać z prawami własności intelektualnej	DKS_K2_W09
W3	w pogłębionym stopniu, zasady działania systemów i instytucji właściwych dla działalności zawodowej właściwej dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, w tym posiada wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji działających w różnych sferach rzeczywistości społecznej, zorientowanej na zarządzanie i administrowanie tymi instytucjami	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności profesjonalne związane z wybraną sferą działalności społecznej, medialnej lub/i okołomedialnej oraz podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą	DKS_K2_U15

U2	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań, umie także brać udział w debacie, umie posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz własności intelektualnej	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	wypełniania zobowiązań społecznych związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	DKS_K2_K05
K2	inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Prawo własności intelektualnej - zakres i źródła	W1
2.	Przedmiot prawa autorskiego, wyłączenia spod ochrony	W1
3.	Strona podmiotowa prawa autorskiego	W1
4.	Prawa autorskie osobiste i majątkowe	W1, U1, K2
5.	Treść prawa autorskiego, umowy autorskoprawne oraz ich elementy - zagadnienia dla dziennikarzy	W2, U2, K1
6.	Odpowiedzialność dziennikarzy oraz redakcji za naruszenie praw autorskich	W3
7.	Materiały dziennikarskie jako dobra prawnie chronione	U1
8.	Rodzaje i charakterystyka praw pokrewnych oraz ich znaczenie dla dziennikarzy i mediów. Prawa autorskie a prawa pokrewne.	W3, U2, K2
9.	Dozwolony użytek prywatny i publiczny a monopol autorski i jego treść	W2, U1
10.	Prawo do wizerunku; dobra osobiste a prawa autorskie w mediach	W2, U1
11.	Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskim lub prawami pokrewnymi. Komisja Prawa Autorskiego.	W2, U1, K2
12.	Różnorodność zastosowania praw autorskich w praktyce mediów; analizy przypadków	W3, U2, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Obecność w 75 % zajęć, prezentacja projektu, zdanie na min. 50%+1 pkt.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć

wykład	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
przygotowanie do egzaminu	15
przygotowanie do zajęć	15
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	15
analiza orzecznictwa	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
W2	x
W3	x
U1	x
U2	x
K1	x
K2	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Produkcja i realizacja formatów telewizyjnych

Nazwa przedmiotu Produkcja i realizacja formatów telewizyjnych			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	proces kreacji i produkcji formatów telewizyjnych	DKS_K2_W10, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	przygotować pomysł i treatment formatu telewizyjnego	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U2	zrealizować i zmontować fragment formatu telewizyjnego	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U3	współpracować i komunikować się w małym zespole produkcyjnym	DKS_K2_U14
U4	uczestniczyć w dyskusji, analizować i formułować samodzielne opinie na temat kreacji, produkcji, handlu i dystrybucji formatów telewizyjnych	DKS_K2_U10, DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	rozpoznania swojego potencjału w zakresie produkcji formatów telewizyjnych	DKS_K2_K04, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie w zagadnienia kreacji, produkcji, dystrybucji formatów telewizyjnych.	W1, U4, K1

2.	Przygotowanie indywidualnego pomysłu i treatmentu formatu telewizyjnego.	W1, U1, U3, K1
3.	Produkcja fragmentu formatu telewizyjnego	W1, U2, U3, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, burza mózgów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Pozytywna ocena z projektu obejmującego: przygotowanie treatmentu własnego formatu telewizyjnego, przygotowanie, realizację i montaż fragmentu formatu telewizyjnego w zespole produkcyjnym, obecność na zajęciach

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
przygotowanie projektu	60
przygotowanie do zajęć	50
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 155
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
U2	x
U3	x
U4	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Promocja online przedsiębiorstwa medialnego

Nazwa przedmiotu Promocja online przedsiębiorstwa medialnego			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Obecność w zajęciach jest obowiązkowa. Umiejętność pisania krótkich informacji tekstowych na portale internetowe.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przekazanie wiedzy z zakresu promocji online przedsiębiorstw medialnych (stacji telewizyjnych i radiowych)

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	techniki promocji w internecie stacji telewizyjnych i radiowych	DKS_K2_W10
W2	rolę promocyjną/reklamową wybranych internetowych kanałów komunikowania	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	zbudować internetową kampanię promocyjną wybranego przedsiębiorstwa medialnego (stacji telewizyjnej lub radiowej)	DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	oceny posiadanej wiedzy z zakresu internetowej promocji przedsiębiorstw medialnych i jej znaczenia w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Przedstawienie głównych technik internetowej promocji stacji telewizyjnych i radiowych	W1, W2
2.	Analiza internetowych kampanii promocyjnych wybranych stacji radiowych i telewizyjnych	W1, W2, U1
3.	Wstępna analiza głównych internetowych kanałów komunikowania (social media) pod kątem ich wykorzystania w celach promocyjnych/reklamowych	W1, W2, K1
4.	Przygotowanie do budowy własnego portalu internetowego (wstępny wybór treści)	W1, W2, K1
5.	Pisanie promocyjnych tekstów do redakcyjnego portalu internetowego	W1, W2, U1, K1
6.	Przygotowanie scenariusza, nagrywanie i montaż promocyjnych materiałów audiowizualnych do redakcyjnego portalu internetowego	W1, W2, U1, K1
7.	Przygotowanie zdjęć do redakcyjnego portalu internetowego	W1, W2, U1, K1
8.	Powiązanie redakcyjnego portalu internetowego z pozostałymi internetowymi kanałami komunikowania	W1, W2, U1, K1
9.	Prezentacja całościowej internetowej kampanii promocyjnej wybranej stacji radiowej lub telewizyjnej, z wykorzystaniem portalu i innych kanałów komunikowania internetowego	W1, W2, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, burza mózgów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt	Przygotowanie całościowej internetowej kampanii promocyjnej stacji radiowej lub telewizyjnej, z wykorzystaniem portalu i innych kanałów komunikowania internetowego. Pozytywna ocena zadania zaliczeniowego.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
wykonanie ćwiczeń	30
przygotowanie projektu	75
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 135

Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie na ocenę	projekt
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
K1	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Język angielski w sektorze mediów

Nazwa przedmiotu Język angielski w sektorze mediów			
Klasyfikacja ISCED 0321 Dziennikarstwo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Formy prowadzenia zajęć

Okres Semestr 2	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 3	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 4	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Obecność na zajęciach.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest dostarczenie studentom (w ramach wszystkich ścieżek kształcenia) wiedzy,, kompetencji oraz umiejętności umożliwiających posługiwanie się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę słownictwa oraz stylów komunikacji w anglojęzycznych mediach prasowych i elektronicznych, w materiałach promocyjnych i reklamowych oraz w badaniach naukowych.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	posługiwać się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.	DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	przygotowania i realizacji profesjonalnych zadań i projektów wymagających znajomości specjalistycznego słownictwa i stylów komunikacji w języku angielskim.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Język angielski w prasie. Specyfika słownictwa, składni i retoryki; odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem prasy amerykańskiej i angielskiej; kulturowe uwarunkowania angielszczyzny prasowej. Trening praktyczny rozumienia anglojęzycznych publikacji prasowych i pisania do różnych gatunków prasy.	W1, U1, K1
2.	Język angielski w mediach elektronicznych. Leksyka, składnia, retoryka; dostosowanie do komunikacji w czasie realnym w warunkach zakłóceń, w ramach tekstów wielomodalnych (obraz/tekst/muzyka). Odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem telewizji amerykańskiej i angielskiej; kulturowe i kontekstowe uwarunkowania angielszczyzny w mediach elektronicznych. Trening praktyczny rozumienia angielskich materiałów telewizyjnych i filmowych.	W1, U1, K1
3.	Język angielski w badaniach naukowych. Specyfika stylu akademickiego. Różnice pomiędzy stylem akademickim a stylem popularyzacji wiedzy. Odrębności terminologiczne akademickiego języka w naukach społecznych, w szczególności medioznawczego. Angielska terminologia medioznawcza. Trening praktyczny rozumienia i pisania medioznawczych tekstów naukowych i tekstów popularyzatorskich z obszaru wiedzy o mediach i komunikacji społecznej.	W1, U1, K1
4.	Język angielski w promocji. Retoryka reklamy w języku angielskim. Angielska i amerykańska terminologia marketingowa i reklamowa. Trening praktyczny rozumienia i pisania tekstów promocyjnych w języku angielskim.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 3

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 4

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach

Nazwa przedmiotu Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji medialnej	DKS_K2_W12
W2	podstawowe procesy zarządzania zasobami ludzkimi	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	stworzyć przykładową strukturę organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U2	stworzyć opisy stanowisk w wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U3	przygotować proces ocen okresowych dla wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U4	przygotować i przeprowadzić proces rekrutacji dla wybranych stanowisk danej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	świadomego kształtowania swojej kariery zawodowej w organizacjach medialnych	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opracowanie i przedstawienie pomysłu na przedsiębiorstwo medialne; stworzenie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.	W1, U1, K1

2.	Przygotowanie opisów stanowisk i umieszczenie ich we właściwym miejscu struktury organizacyjnej	W1, W2, U2, K1
3.	Przygotowanie procesu oceny okresowej poprzez wyznaczanie celów dla wybranych stanowisk metodą SMART.	W1, W2, U3, K1
4.	Przygotowanie zlecenia i ogłoszenia rekrutacyjnego dla wybranych stanowisk w organizacji medialnej. Przeprowadzenie rozmowy rekrutacyjnej.	W1, W2, U4, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	pozytywna ocena z projektu złożonego z czterech modułów, obecność na zajęciach

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
W2	x
U1	x
U2	x
U3	x
U4	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym

Nazwa przedmiotu Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznaje studenta z podstawami pojęciami oraz zagadnieniami z zakresu zarządzania mediami
C2	zapoznanie studenta z mechanizmami regulującymi i wpływającymi na funkcjonowanie przedsiębiorstwa medialnego

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	główne mechanizmy i narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania przedsiębiorstwem medialnym, jak również rozumie przyczyny oraz kierunki zmian w tym obszarze	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	samodzielnie definiować i rozwiązywać problemy dotyczące zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem medialnym, a także posługiwać się wybranymi narzędziami z zakresu analizy strategicznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy strategii, działań oraz narzędzi wykorzystywanych przez współczesne przedsiębiorstwa medialne w procesie zarządzania	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Prezentacja podstawowych pojęć oraz zagadnień problemowych z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
2.	Przybliżenie procesów zachodzących w społecznej przestrzeni medialnej (w wymiarze politycznym, ekonomicznym, technologicznym i kulturowym) wpływających na proces zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
3.	Omówienie narzędzi wykorzystywanych w procesie zarządzania w przedsiębiorstwach medialnych	U1
4.	Analiza i ocena strategii przykładowych przedsiębiorstw medialnych w wybranych obszarach ich funkcjonowania	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	kazus	75% obecność na zajęciach, terminowe oddanie rozwiązanego kazusu

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
rozwiązywanie kazusów	30
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	kazus
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Promocja branżowa

Nazwa przedmiotu Promocja branżowa			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kształcenia jest zapoznanie studenta ze specyfiką różnych branż obecnych na rynku ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów i możliwości ich promocji, reklamy, networkingu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zasady zarządzania zasobami własności intelektualnej oraz formy rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości oraz zna pojęcia i rozumie zasady dotyczące ochrony własności przemysłowej, własności intelektualnej i prawa autorskiego	DKS_K2_W13
W2	dylematy współczesnej cywilizacji oraz ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowanie różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z dziennikarstwem i komunikacją społeczną, a także z rozwojem społeczeństwa informacyjnego oraz nowych mediów i technologii komunikowania	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	DKS_K2_U10
U2	potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym kierować pracą zespołu	DKS_K2_U14

U3	potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności uczenia się przez całe życie oraz podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą w wybranej sferze działalności społecznej, medialnej lub/i okołomedialnej, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	do przestrzegania kodów aksjologicznych oraz kodeksów etycznych normujących działania zawodowe w sferze mediów i zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej i podtrzymywania etosu zawodu oraz przestrzegania i rozwijania etyki zawodowej w sferze komunikacji społecznej, mediów i profesji okołomedialnej	DKS_K2_K06
K2	do świadomego wypełniania zobowiązań związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, jest także gotów do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zajęcia mają charakter praktyczny. Studenci zdobywają wiedzę nt. podstaw prawnych oraz zasad promocji i reklamy w różnych branżach. Poznają warsztat pracy pracowników i agencji PR na rynku usług oraz product managerów w firmach. Na podstawie omówionych przykładów według wskazówek metodycznych przygotowują w grupach cząstkowe projekty konkretnych podmiotów/produktów/usług na zadany temat. Praca ta wymaga samodzielnej analizy przygotowawczej (research), wyboru narzędzi służących jego realizacji oraz oceny planowanych efektów.	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
2.	Porządek prawny, sprzedaż i marketing w branży medycznej i farmaceutycznej.	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
3.	Kultura i biznes. Przedsiębiorczość w kulturze: misja czy zysk?	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
4.	Branże rozkwitające: moda i kosmetyki.	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
5.	Jak się to robi w showbiznesie?	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2
6.	Branże a media: trudna relacja.	W1, W2, U1, U2, U3, K1, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, burza mózgów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, analiza przypadków, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	Podczas każdych zajęć studenci realizują w grupach projekty kampanii promocyjnych produktów/usług/podmiotów różnych branż. Ocenie podlega aktywność, kreatywność, innowacyjność, ale także umiejętność planowania strategicznego i samooceny efektów oraz pracy w zespole. Ważna jest skuteczna realizacja zadań w terminie. Warunki zaliczenia: 1. Obecność (min. 75%) 2. Uzyskanie pozytywnej oceny z prezentacji i projektu: minimum 51% punktów przyznawanych podczas zajęć (dokładny system przyznawania punktów podany zostanie studentom na pierwszych zajęciach)

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
ćwiczenia	45
przygotowanie do zajęć	50
przygotowanie projektu	60
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	25
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 180
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x	x	x
W2	x	x	
U1	x	x	
U2	x	x	x
U3	x	x	
K1	x	x	x
K2	x	x	

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Międzynarodowy public relations

Nazwa przedmiotu Międzynarodowy public relations			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	W trakcie zajęć student zdobywa wiedzę, zorientowaną na zastosowania praktyczne, w zakresie działań promocyjnych w odniesieniu do rynku międzynarodowego.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zagadnienia dotyczące public relations w kontekście międzynarodowym ze szczególnym uwzględnieniem różnic kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych.	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i okołomedialną, także w oparciu o podstawy teoretyczne z zastosowaniem metody badawczej	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	student ma świadomość konieczności wypełniania zobowiązań społecznych związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, jest gotów do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie	W1
2.	Międzynarodowe PR – podstawowe pojęcia	W1
3.	Obszary międzynarodowych PR	W1
4.	Czynniki wpływające na międzynarodowe PR	W1, U1
5.	Marketing na rynkach międzynarodowych – uwarunkowania kulturowe I	W1, U1, K1
6.	Marketing na rynkach międzynarodowych – uwarunkowania kulturowe II	W1, U1, K1
7.	Strategie marketingowe firm na rynkach międzynarodowych	W1, U1, K1
8.	Narzędzia międzynarodowych PR I	W1, U1, K1
9.	Narzędzia międzynarodowych PR II	W1, U1, K1
10.	e-PR na rynkach zagranicznych	W1, U1, K1
11.	Badania marketingowe – ilościowe	W1, U1, K1
12.	Badania marketingowe - jakościowe	W1, U1, K1
13.	Wyzwania międzynarodowych public relations I	W1, U1, K1
14.	Wyzwania międzynarodowych public relations II	W1, U1, K1
15.	Międzynarodowe PR a kwestie etyczne	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt	Zaliczenie na ocenę na podstawie obecności, aktywności i zaangażowania w trakcie zajęć oraz przygotowanego w trakcie zajęć projektu kampanii promocyjnej podmiotu lub produktu na rynku zewnętrznym/kulturowo obcym. Student jest oceniany pod względem terminowości wykonywania zadań, pomysłowości i nowatorstwa proponowanych w czasie zajęć i przygotowanym projekcie rozwiązań promocyjnych i komunikacyjnych oraz ich prognozowanej skuteczności.Studenci prezentują (wieloetapowo) projekty działań promocyjnych dla wybranych podmiotów. Warunkiem zaliczenia kursu jest uzyskanie pozytywnej oceny z prezentacji i projektu.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	60
przygotowanie prezentacji multimedialnej	20
zbieranie informacji do zadanej pracy	10
przeprowadzenie badań literaturowych	10
analiza badań i sprawozdań	10
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 150
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie na ocenę	projekt
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Język angielski w sektorze mediów

Nazwa przedmiotu Język angielski w sektorze mediów			
Klasyfikacja ISCED 0321 Dziennikarstwo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Formy prowadzenia zajęć

Okres Semestr 2	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 3	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 4	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Obecność na zajęciach.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest dostarczenie studentom (w ramach wszystkich ścieżek kształcenia) wiedzy,, kompetencji oraz umiejętności umożliwiających posługiwanie się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę słownictwa oraz stylów komunikacji w anglojęzycznych mediach prasowych i elektronicznych, w materiałach promocyjnych i reklamowych oraz w badaniach naukowych.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	posługiwać się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.	DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	przygotowania i realizacji profesjonalnych zadań i projektów wymagających znajomości specjalistycznego słownictwa i stylów komunikacji w języku angielskim.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Język angielski w prasie. Specyfika słownictwa, składni i retoryki; odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem prasy amerykańskiej i angielskiej; kulturowe uwarunkowania angielszczyzny prasowej. Trening praktyczny rozumienia anglojęzycznych publikacji prasowych i pisania do różnych gatunków prasy.	W1, U1, K1
2.	Język angielski w mediach elektronicznych. Leksyka, składnia, retoryka; dostosowanie do komunikacji w czasie realnym w warunkach zakłóceń, w ramach tekstów wielomodalnych (obraz/tekst/muzyka). Odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem telewizji amerykańskiej i angielskiej; kulturowe i kontekstowe uwarunkowania angielszczyzny w mediach elektronicznych. Trening praktyczny rozumienia angielskich materiałów telewizyjnych i filmowych.	W1, U1, K1
3.	Język angielski w badaniach naukowych. Specyfika stylu akademickiego. Różnice pomiędzy stylem akademickim a stylem popularyzacji wiedzy. Odrębności terminologiczne akademickiego języka w naukach społecznych, w szczególności medioznawczego. Angielska terminologia medioznawcza. Trening praktyczny rozumienia i pisania medioznawczych tekstów naukowych i tekstów popularyzatorskich z obszaru wiedzy o mediach i komunikacji społecznej.	W1, U1, K1
4.	Język angielski w promocji. Retoryka reklamy w języku angielskim. Angielska i amerykańska terminologia marketingowa i reklamowa. Trening praktyczny rozumienia i pisania tekstów promocyjnych w języku angielskim.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 3

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 4

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach

Nazwa przedmiotu Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji medialnej	DKS_K2_W12
W2	podstawowe procesy zarządzania zasobami ludzkimi	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	stworzyć przykładową strukturę organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U2	stworzyć opisy stanowisk w wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U3	przygotować proces ocen okresowych dla wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U4	przygotować i przeprowadzić proces rekrutacji dla wybranych stanowisk danej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	świadomego kształtowania swojej kariery zawodowej w organizacjach medialnych	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opracowanie i przedstawienie pomysłu na przedsiębiorstwo medialne; stworzenie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.	W1, U1, K1

2.	Przygotowanie opisów stanowisk i umieszczenie ich we właściwym miejscu struktury organizacyjnej	W1, W2, U2, K1
3.	Przygotowanie procesu oceny okresowej poprzez wyznaczanie celów dla wybranych stanowisk metodą SMART.	W1, W2, U3, K1
4.	Przygotowanie zlecenia i ogłoszenia rekrutacyjnego dla wybranych stanowisk w organizacji medialnej. Przeprowadzenie rozmowy rekrutacyjnej.	W1, W2, U4, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie ustne, zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	zaliczenie ustne	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
U3	x	x	x	x
U4	x	x	x	x
K1	x	x	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym

Nazwa przedmiotu Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznaje studenta z podstawami pojęciami oraz zagadnieniami z zakresu zarządzania mediami
C2	zapoznanie studenta z mechanizmami regulującymi i wpływającymi na funkcjonowanie przedsiębiorstwa medialnego

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	główne mechanizmy i narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania przedsiębiorstwem medialnym, jak również rozumie przyczyny oraz kierunki zmian w tym obszarze	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	samodzielnie definiować i rozwiązywać problemy dotyczące zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem medialnym, a także posługiwać się wybranymi narzędziami z zakresu analizy strategicznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy strategii, działań oraz narzędzi wykorzystywanych przez współczesne przedsiębiorstwa medialne w procesie zarządzania	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Prezentacja podstawowych pojęć oraz zagadnień problemowych z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
2.	Przybliżenie procesów zachodzących w społecznej przestrzeni medialnej (w wymiarze politycznym, ekonomicznym, technologicznym i kulturowym) wpływających na proces zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
3.	Omówienie narzędzi wykorzystywanych w procesie zarządzania w przedsiębiorstwach medialnych	U1
4.	Analiza i ocena strategii przykładowych przedsiębiorstw medialnych w wybranych obszarach ich funkcjonowania	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	kazus	75% obecność na zajęciach; terminowe oddanie rozwiązanego kazusu

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
rozwiązywanie kazusów	30
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	kazus
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Metody i techniki ilościowe

Nazwa przedmiotu Metody i techniki ilościowe			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Student powienien znać podstawowe zagadnienia z zakresu metodologii nauk społecznych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	założenia ontologiczne, epistemologiczne paradygmatu pozytywistycznego i postpozytywistycznego.	DKS_K2_W08
W2	założenia metodologiczne paradygmatu postpozytywistycznego.	DKS_K2_W08
W3	różnice między najpopularnieszymi metodami ilościowej analizy i interpretacji danych.	DKS_K2_W09
W4	różnice między najpopularnieszymi metodami zbierania danych ilościowych.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09
W5	student zna szczegółowo metodologię eksperymentu społecznego.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wybrać medioznawczy obszar badań ilościowych, temat oraz hipotezy/tezy i pytania badawcze.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U11, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U2	określić rozdzaje zmiennych i sposób pomiaru.	DKS_K2_U11, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U3	wybrać typ i stworzyć szczegółowy schemat eksperymentalny.	DKS_K2_U11, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14

U4	organizować proces zbierania danych ilościowych i go przeprowadzić.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U11, DKS_K2_U14
U5	zbudować i użyć proste narzędzie pomiaru (arkusz obserwacji, kwestionariusz ankiety).	DKS_K2_U11, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U6	dokonać prostej analizy statystycznej danych ilościowych i zaprezentować wyniki w formie raportu.	DKS_K2_U12, DKS_K2_U14, DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	rozwiązywania kwestii społecznych i okołomedialnych za pomocą samodzielnie prowadzonych badań.	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06
K2	pracować w zespole z podziałem zadań.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Paradygmat postpozytywistyczny na tle innych (założenia ontologiczne i epistemologiczne).	W1, W2, U1
2.	Eksperyment społeczny jako metoda ilościowa - wady i zalety.	W3, W4, W5, U1
3.	Rodzaje zmiennych, metody pomiaru, typy korelacji.	W5, U2
4.	Schematy eksperymentalne.	W5, U3
5.	Metody zbierania danych ilościowych w trakcie eksperymentu społecznego.	W4, W5, U4, U5
6.	Wprowadzenie do analizy danych ilościowych.	W3, W5, U6
7.	Sposoby prezentacji danych ilościowych - raport z badań.	W5, U6, K1, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, wykład konwersatoryjny, udział w badaniach

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	projekt	Warunkiem zaliczenia jest zaliczenie wszystkich 7 etapów pracy grupowej nad projektem badawczym (1.wybór tematu i hipotez, 2. opracownie listy zmiennych, 3.schematu eksperymentalnego, 4. przygotowanie narzędzia pomiaru, 5. badania pilotażowe, 6. badania właściwe, 7. analiza wyników i raport)

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45

przygotowanie raportu	15
przeprowadzenie badań empirycznych	15
przygotowanie do ćwiczeń	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20
poprawa projektu	10
analiza i przygotowanie danych	10
Przygotowywanie projektów	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 175
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	projekt
W1	x
W2	x
W3	x
W4	x
W5	x
U1	x
U2	x
U3	x
U4	x
U5	x
U6	x
K1	x
K2	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Analiza konwersacyjna

Nazwa przedmiotu Analiza konwersacyjna			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, główne tendencje rozwojowe w obrębie dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, do której przyporządkowany jest kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna.	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	absolwent potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi z dziedziny komunikacji społecznej i mediów.	DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	Analiza konwersacyjna to zajęcia oparte na metodach oferowanych przez współczesne językoznawstwo, szczególnie językoznawstwo kognitywne i pragmatykę językową, których celem jest dostarczenie słuchaczom praktycznych metod analizy tekstów. Pracujemy zarówno nad tekstem pisanym, jak i materiałach wizualnych. Niezwykle dużą uwagę przywiązuje się do umiejętności dostrzegania treści niejawnych, przemyconych do tekstu za pomocą implikatury czy presupozycji.	W1, U1, K1
2.	Teoria implikatur wg Grice	W1, U1, K1
3.	Wymiary obrazowania Langackera	W1, U1, K1
4.	Teoria amalgamatów Gillesa Fauconniera	W1, U1, K1
5.	Zajęcia praktyczne na bieżących materiałach medialnych	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	esej	Warunkiem zaliczenia jest oddanie eseju analizującego wybrany materiał medialny przy użyciu narzędzi omówionych na zajęciach.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	50
zbieranie informacji do zadanej pracy	45
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 125
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	esej
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Język angielski w sektorze mediów

Nazwa przedmiotu Język angielski w sektorze mediów			
Klasyfikacja ISCED 0321 Dziennikarstwo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Formy prowadzenia zajęć

Okres Semestr 2	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 3	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Okres Semestr 4	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 1.00
konwersatorium	15	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Obecność na zajęciach.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest dostarczenie studentom (w ramach wszystkich ścieżek kształcenia) wiedzy,, kompetencji oraz umiejętności umożliwiających posługiwanie się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę słownictwa oraz stylów komunikacji w anglojęzycznych mediach prasowych i elektronicznych, w materiałach promocyjnych i reklamowych oraz w badaniach naukowych.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	posługiwać się językiem angielskim w sytuacjach profesjonalnych, wymagających rozumienia, czytania, pisania i rozmowy po angielsku.	DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	przygotowania i realizacji profesjonalnych zadań i projektów wymagających znajomości specjalistycznego słownictwa i stylów komunikacji w języku angielskim.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Język angielski w prasie. Specyfika słownictwa, składni i retoryki; odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem prasy amerykańskiej i angielskiej; kulturowe uwarunkowania angielszczyzny prasowej. Trening praktyczny rozumienia anglojęzycznych publikacji prasowych i pisania do różnych gatunków prasy.	W1, U1, K1
2.	Język angielski w mediach elektronicznych. Leksyka, składnia, retoryka; dostosowanie do komunikacji w czasie realnym w warunkach zakłóceń, w ramach tekstów wielomodalnych (obraz/tekst/muzyka). Odmiany gatunkowe; różnice pomiędzy językiem telewizji amerykańskiej i angielskiej; kulturowe i kontekstowe uwarunkowania angielszczyzny w mediach elektronicznych. Trening praktyczny rozumienia angielskich materiałów telewizyjnych i filmowych.	W1, U1, K1
3.	Język angielski w badaniach naukowych. Specyfika stylu akademickiego. Różnice pomiędzy stylem akademickim a stylem popularyzacji wiedzy. Odrębności terminologiczne akademickiego języka w naukach społecznych, w szczególności medioznawczego. Angielska terminologia medioznawcza. Trening praktyczny rozumienia i pisania medioznawczych tekstów naukowych i tekstów popularyzatorskich z obszaru wiedzy o mediach i komunikacji społecznej.	W1, U1, K1
4.	Język angielski w promocji. Retoryka reklamy w języku angielskim. Angielska i amerykańska terminologia marketingowa i reklamowa. Trening praktyczny rozumienia i pisania tekstów promocyjnych w języku angielskim.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 3

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Semestr 4

Metody nauczania:

analiza tekstów, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie	Uzyskanie zaliczenia wymaga obecności na zajęciach (75%) oraz zaangażowania w pracę nad specjalistycznymi tekstami/materiałami w języku angielskim.

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	15
przygotowanie do zajęć	5
poznanie terminologii obcojęzycznej	10
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 30
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach

Nazwa przedmiotu Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji medialnej	DKS_K2_W12
W2	podstawowe procesy zarządzania zasobami ludzkimi	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	stworzyć przykładową strukturę organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U2	stworzyć opisy stanowisk w wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U3	przygotować proces ocen okresowych dla wybranej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
U4	przygotować i przeprowadzić proces rekrutacji dla wybranych stanowisk danej organizacji medialnej	DKS_K2_U09, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	świadomego kształtowania swojej kariery zawodowej w organizacjach medialnych	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Opracowanie i przedstawienie pomysłu na przedsiębiorstwo medialne; stworzenie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa.	W1, U1, K1

2.	Przygotowanie opisów stanowisk i umieszczenie ich we właściwym miejscu struktury organizacyjnej	W1, W2, U2, K1
3.	Przygotowanie procesu oceny okresowej poprzez wyznaczanie celów dla wybranych stanowisk metodą SMART.	W1, W2, U3, K1
4.	Przygotowanie zlecenia i ogłoszenia rekrutacyjnego dla wybranych stanowisk w organizacji medialnej. Przeprowadzenie rozmowy rekrutacyjnej.	W1, W2, U4, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie ustne, zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	zaliczenie ustne	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
U1	x	x	x	x
U2	x	x	x	x
U3	x	x	x	x
U4	x	x	x	x
K1	x	x	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym

Nazwa przedmiotu Zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznaje studenta z podstawami pojęciami oraz zagadnieniami z zakresu zarządzania mediami
C2	zapoznanie studenta z mechanizmami regulującymi i wpływającymi na funkcjonowanie przedsiębiorstwa medialnego

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	główne mechanizmy i narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania przedsiębiorstwem medialnym, jak również rozumie przyczyny oraz kierunki zmian w tym obszarze	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	samodzielnie definiować i rozwiązywać problemy dotyczące zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem medialnym, a także posługiwać się wybranymi narzędziami z zakresu analizy strategicznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy strategii, działań oraz narzędzi wykorzystywanych przez współczesne przedsiębiorstwa medialne w procesie zarządzania	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Prezentacja podstawowych pojęć oraz zagadnień problemowych z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
2.	Przybliżenie procesów zachodzących w społecznej przestrzeni medialnej (w wymiarze politycznym, ekonomicznym, technologicznym i kulturowym) wpływających na proces zarządzania przedsiębiorstwem medialnym	W1
3.	Omówienie narzędzi wykorzystywanych w procesie zarządzania w przedsiębiorstwach medialnych	U1
4.	Analiza i ocena strategii przykładowych przedsiębiorstw medialnych w wybranych obszarach ich funkcjonowania	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	kazus	75% obecność na zajęciach. terminowe oddanie rozwiązanego kazusu

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
rozwiązywanie kazusów	30
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	kazus
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Pragmatyka językowa

Nazwa przedmiotu Pragmatyka językowa			
Klasyfikacja ISCED 0232 Literatura i językoznawstwo (lingwistyka)		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Językoznawstwo	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, charakter - w tym wybrane fakty, teorie i metody - a także miejsce i znaczenie dziedziny nauk społecznych w systemie nauk oraz ich relacje do innych dziedzin.	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	absolwent potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi z dziedziny komunikacji społecznej i mediów.	DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	absolwent jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Arbitralność znaku językowego a etymologia.	W1, U1, K1
2.	2. Treści przekazywane w języku pośrednio, czyli implikatury i presupozycje.	W1, U1, K1
3.	3. Semantyka a pragmatyka mowy.	W1, U1, K1

4.	4. Determinizm językowy Sapira i Whorfa.	W1, U1, K1
5.	5. Metafory jako narzędzie myślenia wg Lakoffa i Johnsona.	W1, U1, K1
6.	6. Przestrzenie mentalne Gillesa Fauconniera.	W1, U1, K1
7.	7. Metafora, metonimia, schemat poznawczy jako strategie percepcyjne.	W1, U1, K1
8.	8. Obiektywizm świata a subiektywizm języka. Od Arystotelesa do Eleonory Rosch.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	obecność na wykładzie - 75%, pozytywna ocena z egzaminu pisemnego - 50% + 1

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie do egzaminu	45
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 105
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Kreatywne pisanie

Nazwa przedmiotu Kreatywne pisanie			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 15		**Liczba punktów ECTS** 2	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu, wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich teorie naukowe właściwe dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, a także zaawansowaną metodologię badań w tym obszarze	DKS_K2_W09
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	absolwent potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności uczenia się przez całe życie oraz podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą w wybranej sferze działalności społecznej, medialnej lub/i okołomedialnej, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	absolwent jest gotów do świadomego wypełniania zobowiązań związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, jest także gotów do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	Proponowane zajęcia opierają się na założeniu, iż język odzwierciedla sposób widzenia świata przez mówiącego. Innymi słowy, pracując nad słowem pisanym, nie tylko rozwijamy swoje kompetencje językowe i umiejętności ubierania własnych myśli w słowa, ale także niezwykle dużo dowiadujemy się o sobie samych. Zajęcia z “Kreatywnego pisania” są niezwykle modne na całym świecie. Oczywiście głównie kierowane są do ludzi, dla których słowa jest narzędziem pracy, ale także do tych, którzy chcą rozwinąć swoją kreatywność i umiejętność niestandardowego myślenia. Zajęcia mają wymiar praktyczny. Uczestnicy dostają krótkie zadania literackie, które są następnie szczegółowo omawiane w grupie. Każde zadanie ma jasno sprecyzowany cel dydaktyczny. Ideą bowiem tych spotkań jest dostarczenie uczestnikom konkretnych narzędzi i umiejętności, np. posługiwania się szczegółem przy opisie konkretnej sytuacji czy osoby. Proponowane tematy zajęć: Konstrukcja sceny zdarzeń: budowanie tła opowieści i postaci pierwszoplanowych. Detal jako fundament narracji Metafora i pisanie zmysłami Emocje i relacje uchwycone w szczególe Tło: rekonstrukcja przekonań i stereotypów Archetypy Oczywiście tematy są elastycznie dobierane do grupy.	U1
2.	W1	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	esej	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	10
przygotowanie eseju	35
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 60
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 15

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	esej
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Seminarium dyplomowe

Nazwa przedmiotu Seminarium dyplomowe			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Formy prowadzenia zajęć

Okres Semestr 2	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 4.00
seminarium	20	

Okres Semestr 3	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 6.00
seminarium	20	

Okres Semestr 4	**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	**Liczba punktów ECTS** 6.00
seminarium	20	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Student zna zasady przygotowywania prac naukowych.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest przygotowanie pracy magisterskiej. Głównym celem seminarium jest pomoc studentom w poprawnym stosowaniu podstawowych metod i technik badań nad mediami i komunikacją społeczną w takim zakresie, w jakim są one dostępne i możliwe dla zastosowania dla studenta uczelni wyższej – posiadającego podstawy wykształcenia ogólnego oraz konieczną wiedzę z nauk społecznych, lecz nie dysponującego szerokim zapleczem technicznym i finansowym.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	, w zaawansowanym stopniu, charakter - w tym wybrane fakty, teorie i metody - a także miejsce i znaczenie dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach, jej relacje do innych dyscyplin w ramach dziedziny nauk społecznych, a także relacje dziedzin w systemie nauk.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	student potrafi potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować hipotezy badawcze i krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje. Potrafi formułować i weryfikować hipotezy związane z problemami badawczymi z dyscypliny komunikacji społecznej i mediów.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej oceny posiadanej wiedzy, odbieranych treści i stawianych hipotez badawczych oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dyscypliny komunikacji społecznej i mediów.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Badania nad mediatyzacją, partycypacją i komunikacją polityczną (dr hab Agnieszka Hess, prof. UJ, dr hab. Dominika Kasprowicz)	W1, U1, K1
2.	Komunikowanie międzynarodowe, komunikowanie międzykulturowe, komunikacja perswazyjna, pluralizm mediów, polityka medialna (dr hab. Beata Klimkiewicz, dr hab. Agnieszka Szymańska)	W1, U1, K1
3.	Public relations, konflikty społeczne, opinia publiczna, strategie komunikacyjne, marketing, zarządzanie przedsiębiorstwem medialnym (dr hab. Jarosław Flis, dr hab. Weronika Świerczyńska-Głownia)	W1, U1, K1
4.	Związki pomiędzy mediami, kulturą i praktykami konsumpcyjnymi ludzi, społeczna rola i oddziaływanie mediów, reklama i inne formy perswazji (dr hab Małgorzata Lisowska-Magdziarz prof.UJ)	W1, U1, K1
5.	Obraz świata w mediach, media jako lustro problemów społecznych, język mediów - język w mediach, antropologia mediów (dr hab. Ryszard Filas, dr hab. Wojciech Kajtoch prof. UJ, dr hab. Andrzej Kaliszewski prof UJ., dr hab. Magdalena Hodalska)	W1, U1, K1
6.	Nowe media, algorytmizacja i kwantyfikacja kultury, infomorfoza, cyfrowy narcyzm (dr hab Magdalena Szpunar prof UJ, dr hab. Maria Nowina-Konopka)	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, seminarium, dyskusja, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
seminarium	zaliczenie na ocenę	Kryteria zaliczenia to obecność, aktywność, jak również przygotowanie konspektu pracy (tytuł, wstęp, spis treści, bibliografia wstępna) oraz pierwszych ustaleń teoretyczno-empirycznych.

Semestr 3

Metody nauczania:

analiza tekstów, seminarium, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
seminarium	zaliczenie na ocenę	Kryteria zaliczenia to obecność, aktywność, jak również przygotowanie części teoretycznej pracy magisterskiej pod kierunkiem naukowym prowadzącego.

Semestr 4

Metody nauczania:

analiza tekstów, seminarium, analiza przypadków, udział w badaniach

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
seminarium	zaliczenie na ocenę	Kryteria zaliczenia to obecność, aktywność, jak również przygotowanie części empirycznej pracy, ukończenie i pozytywna ocena pracy magisterskiej.

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
seminarium	20
przygotowanie projektu	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
poprawa projektu	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 110
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 20

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
seminarium	20
przeprowadzenie badań literaturowych	30
analiza badań i sprawozdań	30
pozyskanie danych	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 110
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 20

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
seminarium	20
przygotowanie referatu	10
przeprowadzenie badań empirycznych	80
przygotowanie pracy dyplomowej	120
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 230
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 20

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Mediatyzacja sfery publicznej

Nazwa przedmiotu Mediatyzacja sfery publicznej			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji związane z rozwojem społeczeństwa informacyjnego oraz nowych mediów i technologii komunikowania	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	potrafi analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i okołomedialną, także w oparciu o podstawy teoretyczne z zastosowaniem metody badawczej	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	jest gotów do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnych form	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	1. Koncepcje mediatyzacji. Mediatyzacja a medializacja 2. Pojęcie i koncepcje sfery publicznej 3. Mediatyzacja nauki 4. Medialna widoczność jako emanacja hiperobecności 5. Internet - nowa sfera publiczna czy kabina pogłosowa? 6. Upadek sfery publicznej w ujęciu Richarda Sennetta. 7. Społeczeństwo spektaklu Gustava Deborda 8. Mediatyzacja polityki 9. Mediatyzacja życia społecznego 10. Procesy tabloidyzacji mediów i kultury 11. Celebrytyzm	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny / ustny	egzamin pisemny w formie testowej

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
wykład	30
przygotowanie do egzaminu	70
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 100
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny / ustny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Socjologia mediów

Nazwa przedmiotu Socjologia mediów			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Wymagania wstępne i dodatkowe

wymóg 60% obecności na wykładach z w/w przedmiotu

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem wykładu jest zapoznanie studenta ze sposobem prowadzenia analizy zależności pomiędzy mediami a sferą społeczną oraz ukazanie związków dotyczących skutków rozwoju technologicznego mediów we współczesnym społeczeństwie.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	dylematy związane z rozwojem cywilizacji medialnej, ze szczególnym uwzględnieniem procesu tworzenia się społeczeństwa informacyjnego, nowych oraz nowych nowych mediów i wchodzeniem nowych technologii komunikowania.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	student nabywa umiejętności w zakresie analizy, selekcjonowania i użytkowania informacji związanych z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułuje wnioski oraz dokonuje syntetycznych podsumowań związanych z procesem mediatyzacji społecznej.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	student rozumie uwarunkowania społeczne i kulturowe dotyczące funkcjonowania mediów oraz zależności media -społeczeństwo.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1.Powstanie i rozwój mediów masowych - uwarunkowania społeczne, kulturowe, technologiczne.	W1, K1
2.	2.Media analogowe - media cyfrowe : zmiany technologiczne i społeczne konsekwencje.	W1, U1, K1
3.	3. Ewolucja i ekspansja mediów - w drodze do cywilizacji medialnej.	W1, K1
4.	4. Proces konwergencji mediów - cechy charakterystyczne, skutki społeczne.	U1, K1
5.	5. Mediamorfoza i jej wymiary.	W1, K1
6.	6. Medialna agora: mediatyzacja i medializacja	W1, U1, K1
7.	7. Implozja i eksplozja mediów - mobilność medialna.	W1, U1, K1
8.	8. Saturacja medialna i jej społeczne konsekwencje.	W1, U1
9.	9. Zagrożenia w ramach społeczeństwa ryzyka. Bańki informacyjne.	U1, K1
10.	10. Demontaż sfery publicznej. Sfera prywatna- sfera publiczna: asymetria zależności.	W1, U1, K1
11.	11.Czy zbliża się koniec dziennikarstwa?	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład konwersatoryjny, dyskusja

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie oceny pozytywnej z egzaminu pisemnego na co najmniej 50% przewidzianej punktacji, obecność na zajęciach na poziomie 60%.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przeprowadzenie badań literaturowych	30
analiza problemu	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15
przygotowanie do egzaminu	20
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 110

Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Dyplomacja publiczna i branding kraju

Nazwa przedmiotu Dyplomacja publiczna i branding kraju			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 2
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie studenta z problematyką kreowania wizerunku i promocją kraju na arenie międzynarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem roli mediów oraz złożonej struktury medialnych nadawców.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	sposób funkcjonowania współczesnych państw i znaczenie, logikę i strukturę strategicznej komunikacji zewnętrznej państwa, jej instrumentarium i przykłady działań.	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	analizować przykłady działań promocyjnych i komunikacyjnych aktorów państwowych oraz je oceniać pod względem skuteczności i walorów wizerunkowych.	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	wyrazić swoją ocenę promocyjnych działań komunikacyjnych na arenie międzynarodowej i opiera ją na przesłankach merytorycznych.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	W trakcie zajęć omówione zostaną następujące zagadnienia: 1. Strategiczna komunikacja zewnętrzna – wprowadzenie (terminy Nation Branding, Public Diplomacy, COO-Effect, Soft Power, Hard Power, Smart Power, i in.). 2. Konstrukcja SKZ / instrumentarium SKZ. Aktorzy / podmioty SKZ – przykłady kampanii. 3. Znaczenie mediów w SKZ. Prezentacja wyników badań empirycznych dotyczących wizerunku Polski i Polaków w mediach zagranicznych oraz innych. 4. Dyplomacja Kulturalna – analiza działań komunikacyjnych podejmowanych przez instytuty kultury różnych państw. 5. Dyplomacja historyczna – analiza promocji wydarzeń historycznych. 6. Promocja wydarzeń sportowych – przykłady. 7. Promocja regionu/miasta – przykłady. 8. Festiwale tematyczne – przykłady. 9. Strategie podmiotów komercyjnych – przykłady.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	WARUNKI ZALICZENIA: obecność, aktywność, egzamin pisemny (w formie tradycyjnej lub referatu / pracy zaliczeniowej na ocenę). WARUNKIEM ZALICZENIA jest zatem pozytywne zaliczenie egzaminu pisemnego lub pozytywne zaliczenie referatu oraz pracy zaliczeniowej/eseju na zadany temat.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
zbieranie informacji do zadanej pracy	20
przygotowanie do egzaminu	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Promocja w mediach społecznościowych

Nazwa przedmiotu Promocja w mediach społecznościowych			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny**	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Uświadomienie studentom roli mediów społecznościowych we współczesnym marketingu.
C2	Nabycie przez studentów umiejętności wykorzystywania mediów społecznościowych do celów marketingowych.
C3	Opanowanie przez studentów narzędzi pomocnych do opracowywania promocyjnej zwartości do mediów społecznościowych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	marketingowy potencjał mediów społecznościowych.	DKS_K2_W10
W2	narzędzia marketingu w mediach społecznościowych.	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	analizować i ocenić działania marketingowe w mediach społecznościowch, a także zaprojektować i wdrożyć kampanię.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10

U2	wykorzystać wybrane narzędzia do przygotowywania zawartości przeznaczonej do mediów społecznościowych.	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	zastosowania zdobytej wiedzy i umiejętności do pracy zawodowej, samodzielnej i w zespołach roboczych.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Media społecznościowe w marketingu.	W1
2.	Media społecznościowe w pracy dziennikarza i marketingowca.	K1
3.	Przegląd narzędzi umożliwiających produkcję zawartości dla mediów społecznościowych.	W2, U2
4.	Strategie promocyjne w mediach społecznościowych.	W2, U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt	Uzyskanie za projekt co najmniej połowy punktów + 1.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
przygotowanie projektu	30
przygotowanie do zajęć	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
rozwiązywanie zadań problemowych	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 165
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie na ocenę	projekt
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
U2	x	x
K1	x	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Strategie komunikacyjne organizacji społecznych

Nazwa przedmiotu Strategie komunikacyjne organizacji społecznych			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Wymagania wstępne i dodatkowe

obecność na zajęciach jest obowiązkowa

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest dostarczenie studentom praktycznej wiedzy i umiejętności w zakresie prowadzenia badań nad mediatyzacją organizacji społecznych oraz monitorowania i analizy strategii komunikacyjnych. W trakcie zajęć student zdobywa wiedzę zorientowaną na zastosowania praktyczne w zakresie przygotowywania projektu dotyczącego badań nad mediatyzacją społeczeństwa obywatelskiego, monitorowania mediów i działań komunikacyjnych różnych organizacji społecznych. Zapoznaje się z dotychczasowymi rozwiązaniami (omówienie i analiza case studies) oraz wynikami dostępnych badań w tym obszarze, zapoznaje się z metodyką przygotowywania monitoringu mediów, przygotowuje projekt badawczy i stawia diagnozę odnoszącą się do strategii komunikacyjnej wybranej organizacji i jej funkcji w dialogu społecznym. Student wykorzystuje wiedzę w praktyce poprzez współpracę z wybraną organizacją społeczną.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	strukturę i formy organizacyjne funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego, a także zna i rozumie specyfikę komunikacji społecznej towarzyszącej procesom partycypacji społecznej. Ma wiedzę w zakresie projektowania i monitorowania strategii komunikacyjnych organizacji społecznych oraz metod i technik badań medioznawczych, które mają zastosowanie w tym sektorze.	DKS_K2_W09, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	zaprojektować i zrealizować badanie monitorujące strategię i działalność komunikacyjną wybranej organizacji społecznej.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	przeprowadzenia krytycznej analizy strategii i działalności komunikacyjnej organizacji społecznych, interpretowania oraz wnioskowania z samodzielnie zrealizowanych badań.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Społeczeństwo obywatelskie w Polsce, kapitał społeczny, dialog społeczny i dialog obywatelski mediatyzacja społeczeństwa obywatelskiego - aspekty teoretyczne	W1
2.	Charakterystyka sektora pozarządowego w Polsce. Typy organizacji społecznych i pojęcie partnerów społecznych	W1
3.	Instytucjonalne i komunikacyjne aspekty funkcjonowania dialogu społecznego i dialogu obywatelskiego	W1
4.	Społeczeństwo obywatelskie w perspektywie medioznawczej - metody badań, studia przypadków	W1, U1, K1
5.	Strategie komunikacyjne w kontekście funkcjonowania organizacji społecznych	W1, U1
6.	Projektowanie i realizowanie badań organizacji społecznych z perspektywy ich strategii i działań komunikacyjnych	U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	Warunkami zaliczenia na ocenę pozytywną są: 1. Obecność i aktywność na zajęciach 2. Terminowa realizacja i pozytywna ocena zadań cząstkowych projektu 3. Terminowe przygotowanie i pozytywna ocena prezentacji ze zrealizowanego projektu 4.Terminowo napisany i pozytywnie oceniony raport końcowy ze zrealizowanego projektu.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	20

projektowanie	20
przygotowanie do ćwiczeń	20
przeprowadzenie badań empirycznych	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 150
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x	x	x
U1	x	x	x
K1	x	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Etyka mediów

Nazwa przedmiotu Etyka mediów			
Klasyfikacja ISCED 0223 Filozofia i etyka		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Filozofia	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat etycznych podstaw wykonywania zawodów medialnych i okołomedialnych i w konsekwencji umiejętności rozwiązywania problemów i dylematów etycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	fakty, obiekty, zjawiska i procesy oraz teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu etyki	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy natury etycznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	dbałości o dorobek i tradycje zawodów medialnych i okołomedialnych, do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i przestrzegania zasad etyki zawodowej, a także wymagania tego od innych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe zasady deontologii. Wybrane zagadnienia kodeksów deontologicznych w tym kodeksów deontologii dziennikarskiej (Kodeks Etyki Dziennikarskiej, Dziennikarski Kodeks Obyczajowy, Karta Etyczna Mediów Polskich, Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy, Kodeks Etyki Reklamy) – przykłady pozytywnych i negatywnych praktyk	W1
2.	rzetelność i szczególna staranność w praktyce medialnej, analizy przypadków	U1, K1
3.	Manipulacja; rodzaje i przypadki; możliwości uniknięcia zmanipulowania przez informatora	U1, K1
4.	Podstawowe zasady etyki: prawdy, obiektywizmu pierwszeństwa dobra odbiorcy, zasada wolności, odpowiedzialności za formę i treść przekazu, zasada szacunku i tolerancji	W1, U1, K1
5.	Specyfika etycznego postępowania w radiofonii, telewizji, internecie	W1, U1, K1
6.	Etyka reklamy	W1, U1, K1
7.	Informacje prawnie chronione - etyczne pozyskanie i wykorzystanie; dostęp do informacji	W1, U1, K1
8.	Etyka w aspekcie normatywnym, wytyczanie dyrektyw (norm moralnie pozytywnego postępowania) oraz kształtowanie sposobów zamiany obiegowej moralności, na zachowanie zbliżające dziennikarza do przyjętego ideału moralnego; dziennikarz jako wzorzec moralny	U1, K1
9.	Analizy skrajnych i granicznych przypadków;perspektywa powinności dziennikarskiej a podejrzenie popełnienia przestępstwa; fotoreportaż a udzielenie pomocy; trauma	W1, U1, K1
10.	System odpowiedzialności mediów mechanizmy samoregulacyjne; nowe kierunki i aktualne możliwości	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
analiza i przygotowanie danych	30

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce

Nazwa przedmiotu Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce			
Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki prawne	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Uświadomienie roli prawidłowej ochrony dóbr osobistych i danych osobowych w zawodach medialnych i okołomedialnych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	w zaawansowanym stopniu, kluczowe zagadnienia z zakresu ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	przestrzegania kodów aksjologicznych, regulacji dotyczących ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, kodeksów etycznych normujących działania zawodowe w sferze mediów i zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, wykazuje gotowość do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i podtrzymywania etosu zawodu oraz przestrzegania i rozwijania etyki zawodowej w sferze komunikacji społecznej, mediów i profesji okołomedialnych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Główne problemy społeczeństwa informacyjnego i dziennikarskiego prawa o informacji	W1, U1, K1
2.	Podstawowe zasady ochrony danych osobowych	W1, K1
3.	Podstawowe zasady dotyczące dóbr osobistych i ich ochrony	W1, U1
4.	Tajemnice prawnie chronione i ich relacje z ochroną dóbr osobistych i danych osobowych; tajemnica dziennikarska, tajemnica przedsiębiorstwa, tajemnica lekarska i inne	W1, U1, K1
5.	Praktyczne umiejętności podejmowania działań nie mających charakteru bezprawnego w obszarze dóbr osobistych i danych osobowych.	W1, U1, K1
6.	Realizacja praw osób których dane dotyczą, przejrzyste informowanie, przejrzysta komunikacja i tryb wykonywania praw	W1, U1, K1
7.	Wyjątek (przywilej) prasowy	W1, U1, K1
8.	Administrator i przetwarzający na zlecenie; Przekazywanie danych do państw trzecich	W1, U1, K1
9.	Zatwierdzone kodeksy postępowania i certyfikacja; normy techniczne (normalizacyjne) a normy prawne	W1, U1, K1
10.	Analiza przypadków i praktyczne umiejętności oceny bezprawności naruszenia dóbr osobistych, ochrona godności osobistej i dobrego imienia, sfery życia prywatnego, nazwiska, wizerunku, pamięci osoby zmarłej, twórczości naukowej, artystycznej i wynalazczej.	W1, U1, K1
11.	Ochrona dóbr osób prawnych. Majątkowe i niemajątkowe środki ochrony dóbr osobistych .	W1, U1, K1
12.	Dziennikarz jako sprawozdawca sądowy.	W1, U1, K1
13.	Dostęp do informacji oraz ponowne wykorzystywanie informacji sektora publicznego (ograniczenia)	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Mediatyzacja kultury współczesnej

Nazwa przedmiotu Mediatyzacja kultury współczesnej			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest zapoznanie studentów z szeroko rozumianą problematyką zapośredniczenia medialnego kultury, relacjami między nawykami i potrzebami kulturalnymi ludzi a użytkowaniem mediów, przemianami w hierarchii kulturalnej i sposobach oceniania tekstów kultury.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	rolę i wpływ mediów masowych na kształtowanie się współczesnej kultury	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	analizować i interpretować wybrane zagadnienia związane z procesem mediatyzacji kultury za pomocą różnych narzędzi i metod badawczych	DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	stałego aktualizowania swej wiedzy związanej z procesem mediatyzacji kultury	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie, kultura medialna w dobie posthumanizmu	W1, K1
2.	Literatura w dobie Internetu, śmierć książki?	W1, K1
3.	Mediatyzacja kultury politycznej. Teorie i badania	U1, K1
4.	Mediatyzacja i medializacja pamięci	W1, K1
5.	Media jako narzędzie artysty	U1, K1
6.	Media – autor – artysta	U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwencjonalny, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Warunkiem zdania egzaminu pisemnego jest udzielenie poprawnej odpowiedzi na minimum 60% pytań

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie do egzaminu	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	60
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Communication and Global Media

Nazwa przedmiotu Communication and Global Media			
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Communication and Global Media			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Angielski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Student powinie posiadać podstawową wiedzę w zakresie komunikacji społecznej i nauki o mediach, powinien orientować się w podstawach nauk społecznych i politycznych, a także naukach o zarządzaniu.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Głównym celem kursu jest zapoznanie studentów z uwarunkowaniami oraz prawidłowościami procesów komunikowania globalnego a także nowymi strukturami środowiska komunikacyjnego w kontekście globalnym. W szczególności kurs omawia takie zagadnienia, jak wymiar polityczny, ekonomiczny, kulturowy oraz technologiczny komunikowania globalnego,

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	Student zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, polityczne i społeczne uwarunkowania rozwoju nowego środowiska medialnego i komunikacyjnego w kontekście globalnym. Student zna i rozumie metody analizy ekonomicznych, politycznych, technologicznych oraz społecznych wymiarów funkcjonowania mediów globalnych.	DKS_K2_W09, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	Student potrafi wykorzystać narzędzia intelektualne w celu analizy oraz eksperckiej oceny danych i informacji z różnych źródeł , jest w stanie przygotować analizy i ekspertyzy dot. wybranych zagadnień związanych z funkcjonowaniem mediów w skali globalnej, poprzeć je stosownymi argumentami oraz uzasadnić proponowane rozwiązania.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U13
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	Student jest gotów wykorzystać i rozwijać kompetencję krytycznego rozumienia procesów komunikowania w kontekście globalnym, a także strategii i działań w ramach międzynarodowej polityki medialnej.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Głównym założeniem kursu jest zapoznanie studentów z uwarunkowaniami i prawidłowościami procesów komunikowania globalnego, omówienie rozwoju struktur i funkcji nowego środowiska medialnego i komunikacyjnego. W szczególności kurs skupia się na przedstawieniu czterech wymiarów funkcjonowania mediów w kontekście globalnym: politycznym, ekonomicznym, kulturowym oraz technologicznym. Architektura nowego środowiska cyfrowego i komunikacyjnego jest w coraz większym stopniu kształtowana przez nowe globalne platformy zastępujące tradycyjne media, oferujące bardziej zróżnicowane usługi i dysponujące ogromnymi zasobami danych dostarczanymi przez rosnącą liczbę użytkowników. Te istotne zmiany strukturalne doprowadzają do dominacji platform globalnych w procesie przekazywania informacji i komunikacji, kształtują także nową logikę produkcji i konsumpcji treści medialnych, formują nowe wartości relacje pomiędzy użytkownikami oraz dostawcami informacji i komunikacji. WYMIAR POLITYCZNY 1: Europejska i globalna sfera publiczna: demokracja globalna, monitorująca, post-narodowa? 2: Wolność słowa i prawa komunikacyjne w Europie i na świecie 3: Globalne i międzynarodowe dziennikarstwo 4: Państwo i globalna polityka medialna: media publiczne 5: Paralelizm polityczny: niezależność polityczna i media w kontekście globalnym WYMIAR EKONOMICZNY: 6: Polityczna ekonomia mediów globalnych i globalne giganty medialne 7: Ekonomiczny wymiar globalnej polityki medialnej: Rola Światowej Organizacji Handlu oraz Unii Europejskiej WYMIAR KULTUROWY: 8: Imperializm kulturowy i medialny: Ochrona różnorodności kulturowej WYMIAR TECHNOLOGICZNY: 9 +10: Prawo do bycia zapomnianym, neutralność sieci, sygnaliści oraz dostęp do informacji	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny / ustny	Formą zaliczenia wykładu jest egzamin ustny. Warunkiem zaliczenia jest wykazanie się dobrą znajomością i wiedzą na temat kursu, jasne sformułowanie odpowiedzi na zadane pytania. Warunkiem dopuszczenia do zaliczenia jest obecność studenta na zajęciach (50%).

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć

wykład	30
przygotowanie do zajęć	10
poznanie terminologii obcojęzycznej	5
analiza badań i sprawozdań	10
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	10
przygotowanie do egzaminu	20
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 105
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny / ustny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Teorie internetu

Nazwa przedmiotu Teorie internetu			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zna i rozumie, w pogłębionym stopniu fakty, obiekty, zjawiska i procesy z zakresu z dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań, umie także brać udział w debacie, umie posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	ma świadomość konieczności wypełniania zobowiązań społecznych związanych z pełnieniem ról społecznych oraz inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego, jest gotów do inicjowania działania na rzecz interesu publicznego oraz myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	1. Internet - od medium elitarnego do medium masowego 2. Algorytmizacja kultury 3. Architektura internetu 4. Od Web 1.0 do Web 3.0 5. Wyszukiwarki jako gatekeeperzy 6. Lęki generowane przez technologię 7. Konstruktywizm a technologiczny determinizm 8. Koncepcja bańki filtrującej, a filtrowanie treści w internecie 9. Wpływ użytkowania internetu na procesy pamięciowe 10. Sieć ukryta a sieć widzialna. O zasobach WWW nieindeksowanych przez wyszukiwarki 11. Konektywizm - (r)ewolucja kształcenia w technologicznym świecie 12. Internet - nowa sfera publiczna czy kabina pogłosowa? 13. Cyberprzemoc - skutki, przyczyny, konsekwencje 14. Wikipedia jako przejaw kolektywnej inteligencji	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	prezentacja	prezentacja z zakresu literatury podanej przez prowadzącą

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
wykład	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
przeprowadzenie badań literaturowych	50
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 110
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	prezentacja
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Język mediów, język w mediach

Nazwa przedmiotu Język mediów, język w mediach			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zagadnienia związane ze specyfiką języka mediów.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	praktycznie wykorzystać narzędzia analityczne związane z językiem mediów i językiem w mediach.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej oceny odbieranych treści oraz posiadanej wiedzy z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	stylistyczna analiza tekstów prasowych	W1, U1, K1
2.	analiza metodą słów-kluczy	W1, U1, K1
3.	analiza metodą słów sztandarowych	W1, U1, K1
4.	analiza metodą pól tematycznych	W1, U1, K1
5.	językowo-poprawnościowa analiza tekstów prasowych	W1, U1, K1

6.	listy frekwencyjne jako narzędzie badania korpusów	W1, U1, K1
7.	pomiar aksjologiczny	W1, U1, K1
8.	analiza retoryczna, perswazyjna, argumentacyjna	W1, U1, K1
9.	pola semantyczne leksemów	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład konwencjonalny, dyskusja

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin ustny	obecność na wykładzie, pozytywna ocena z egzaminu

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
wykład	30
przygotowanie do egzaminu	45
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	45
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin ustny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Produkcja i realizacja formatów radiowych

Nazwa przedmiotu Produkcja i realizacja formatów radiowych			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przekazanie studentom wiedzy o różnorodności radiowych formatów. Zapoznanie z zasadami programowania radiowego zegara. Produkowanie publicystycznych treści na radiowej antenie.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student wie czym różnią się muzyczne formaty w radiu. Zna budowę radiowego zegara. Wie w jaki sposób badana jest radiowa słuchalność. Orientuje się w zasadach produkcji radiowej publicystyki. Rozumie zasady współpracy szefa anteny, producenta, wydawcy i reporterów.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W10, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	zaplanować ramówkę rozgłośni. Potrafi wybrać format i dopasować profil muzyczny, sprecyzować styl prezentowanych newsów, sposób moderowania anteny przez prowadzących, a także zaplanować tak zwany zegar radiowy.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U14, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	pracy w redakcji muzycznej radia a także w zespołach producentów zajmujących się planowaniem informacji oraz publicystyki.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Obowiązujące muzyczne formaty radiowe.	W1, U1, K1
2.	Badania słuchalności radia.	W1
3.	Zasady i organizacja produkcji radiowej - newsy i publicystyka.	W1, U1, K1
4.	Zegar radiowy oraz programowanie muzyki.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Obecności (dopuszcza się 2 nieusprawiedliwione nieobecności), aktywny udział w zajęciach oraz praca zaliczeniowa składają się na pozytywną ocenę projektu.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
przygotowanie projektu	28
przygotowanie do zajęć	26
rozwiązywanie zadań problemowych	16
rozwiązywanie kazusów	18
programowanie	16
zbieranie informacji do zadanej pracy	20
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 169
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Logistyka i administrowanie mediami

Nazwa przedmiotu Logistyka i administrowanie mediami			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Obecność na zajęciach.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kształcenia jest zapoznanie studenta z podstawowymi pojęciami oraz zagadnieniami z zakresu logistyki i administrowania mediami, a także z podstawowymi narzędziami analitycznymi w tym obszarze mediów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	podstawowe mechanizmy i narzędzia wykorzystywane w logistyce i procesie administrowania przedsiębiorstwem medialnym. Jak również rozumie przyczyny oraz kierunki zmian w tym obszarze.	DKS_K2_W10, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	samodzielnie definiować problemy z zakresu logistyki i administrowania współczesnym przedsiębiorstwem medialnym oraz prezentować ich rozwiązania a także pracować w zespole, przyjmując w nim różne role w zależności od wykonywanych zadań.	DKS_K2_U12, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy strategii, działań oraz narzędzi wykorzystywanych przez współczesne przedsiębiorstwa medialne w procesie logistyki i administrowania.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Struktura organizacyjna przedsiębiorstwa medialnego (studia przypadku).	W1
2.	Budżet i planowanie wydatków (studia przypadku).	W1
3.	Badania odbioru mediów w kontekście zarządzania zespołem (studia przypadku).	W1, U1
4.	Akcje specjalne - kreacja i efekty wizerunkowe (studia przypadku).	W1, U1, K1
5.	Reklama w przedsiębiorstwie medialnym - współpraca i zależności.	W1, U1, K1
6.	Wykorzystanie Internetu w działalności przedsiębiorstwa medialnego - przygotowanie i realizacja przedsięwzięć w sieci (studia przypadku).	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń na podstawie obecności (dopuszczalne dwie nieusprawiedliwione nieobecności) i aktywności na zajęciach oraz przygotowania dwóch projektów na temat uzgodniony z prowadzącym.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	70
przygotowanie do zajęć	40

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 140
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Etyka mediów

Nazwa przedmiotu Etyka mediów			
Klasyfikacja ISCED 0223 Filozofia i etyka		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Filozofia	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat etycznych podstaw wykonywania zawodów medialnych i okołomedialnych i w konsekwencji umiejętności rozwiązywania problemów i dylematów etycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	fakty, obiekty, zjawiska i procesy oraz teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu etyki	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy natury etycznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	dbałości o dorobek i tradycje zawodów medialnych i okołomedialnych, do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i przestrzegania zasad etyki zawodowej, a także wymagania tego od innych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe zasady deontologii. Wybrane zagadnienia kodeksów deontologicznych w tym kodeksów deontologii dziennikarskiej (Kodeks Etyki Dziennikarskiej, Dziennikarski Kodeks Obyczajowy, Karta Etyczna Mediów Polskich, Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy, Kodeks Etyki Reklamy) – przykłady pozytywnych i negatywnych praktyk	W1
2.	rzetelność i szczególna staranność w praktyce medialnej, analizy przypadków	U1, K1
3.	Manipulacja; rodzaje i przypadki; możliwości uniknięcia zmanipulowania przez informatora	U1, K1
4.	Podstawowe zasady etyki: prawdy, obiektywizmu pierwszeństwa dobra odbiorcy, zasada wolności, odpowiedzialności za formę i treść przekazu, zasada szacunku i tolerancji	W1, U1, K1
5.	Specyfika etycznego postępowania w radiofonii, telewizji, internecie	W1, U1, K1
6.	Etyka reklamy	W1, U1, K1
7.	Informacje prawnie chronione - etyczne pozyskanie i wykorzystanie; dostęp do informacji	W1, U1, K1
8.	Etyka w aspekcie normatywnym, wytyczanie dyrektyw (norm moralnie pozytywnego postępowania) oraz kształtowanie sposobów zamiany obiegowej moralności, na zachowanie zbliżające dziennikarza do przyjętego ideału moralnego; dziennikarz jako wzorzec moralny	U1, K1
9.	Analizy skrajnych i granicznych przypadków;perspektywa powinności dziennikarskiej a podejrzenie popełnienia przestępstwa; fotoreportaż a udzielenie pomocy; trauma	W1, U1, K1
10.	System odpowiedzialności mediów mechanizmy samoregulacyjne; nowe kierunki i aktualne możliwości	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	Obecność 75%, Kolokwium zaliczeniowe 50% +1 pkt

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
analiza i przygotowanie danych	30

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce

Nazwa przedmiotu Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce			
Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki prawne	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Uświadomienie roli prawidłowej ochrony dóbr osobistych i danych osobowych w zawodach medialnych i okołomedialnych. Nabycie umiejętności podejmowania działań nie mających charakteru bezprawnego w obszarze dóbr osobistych i danych osobowych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	w zaawansowanym stopniu, kluczowe zagadnienia z zakresu ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	przestrzegania kodów aksjologicznych, regulacji dotyczących ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, kodeksów etycznych normujących działania zawodowe w sferze mediów i zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, wykazuje gotowość do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i podtrzymywania etosu zawodu oraz przestrzegania i rozwijania etyki zawodowej w sferze komunikacji społecznej, mediów i profesji okołomedialnych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Główne problemy społeczeństwa informacyjnego i dziennikarskiego prawa o informacji	W1, U1, K1
2.	Podstawowe zasady ochrony danych osobowych	W1, K1
3.	Podstawowe zasady dotyczące dóbr osobistych i ich ochrony	W1, U1
4.	Tajemnice prawnie chronione i ich relacje z ochroną dóbr osobistych i danych osobowych; tajemnica dziennikarska, tajemnica przedsiębiorstwa, tajemnica lekarska i inne	W1, U1, K1
5.	Praktyczne umiejętności podejmowania działań nie mających charakteru bezprawnego w obszarze dóbr osobistych i danych osobowych.	W1, U1, K1
6.	Realizacja praw osób których dane dotyczą, przejrzyste informowanie, przejrzysta komunikacja i tryb wykonywania praw	W1, U1, K1
7.	Wyjątek (przywilej) prasowy	W1, U1, K1
8.	Administrator i przetwarzający na zlecenie; Przekazywanie danych do państw trzecich	W1, U1, K1
9.	Zatwierdzone kodeksy postępowania i certyfikacja; normy techniczne (normalizacyjne) a normy prawne	W1, U1, K1
10.	Analiza przypadków i praktyczne umiejętności oceny bezprawności naruszenia dóbr osobistych, ochrona godności osobistej i dobrego imienia, sfery życia prywatnego, nazwiska, wizerunku, pamięci osoby zmarłej, twórczości naukowej, artystycznej i wynalazczej.	W1, U1, K1
11.	Ochrona dóbr osób prawnych. Majątkowe i niemajątkowe środki ochrony dóbr osobistych .	W1, U1, K1
12.	Dziennikarz jako sprawozdawca sądowy.	W1, U1, K1
13.	Dostęp do informacji oraz ponowne wykorzystywanie informacji sektora publicznego (ograniczenia)	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	Obecność 75 %, przygotowanie prezentacji, zaliczenie pisemne na ocenę 50%+1 pkt

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Technologia medialna

Nazwa przedmiotu Technologia medialna			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kształcenia jest ćwiczenie przez studentów tego, jak realizowany jest empiryczny projekt badawczy z zakresu analizy mediów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wykonać złożoną analizę wybranego problemu empirycznego w oparciu o zastane oraz wywołane źródła.	DKS_K2_U09

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Określenie naukowo rozwiązywalnego problemu badawczego. Obrona jego obiektywnego charakteru.	U1
2.	Przegląd literatury. Praca za bazami danych. Omówienie istniejących propozycji rozwiązań. Zaproponowanie własnej hipotezy.	U1
3.	Konceptualizacja hipotezy. Wybór stanowiska teoretycznego. Określenie sposobu weryfikacji hipotezy.	U1

4.	Wstępne opracowanie narzędzia badawczego.	U1
5.	Badanie pilotażowe. Prezentacja dowodu na autentyczność problemu badawczego i wykonalność badań.	U1
6.	Zgromadzenie materiału do właściwych badań.	U1
7.	Ostateczne opracowanie i testowanie narzędzia badawczego.	U1
8.	Wykonanie pomiarów i analizy.	U1
9.	Interpretacja i prezentacja wyników. Dyskusja, obrona.	U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt, wyniki badań	Warunki zaliczenia: 1) Poprawna realizacja etapów badania. 2) Przedstawienie i obrona wykonanego badania. 3) Pozytywna ocena projektu i jego przedstawienia.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
zbieranie informacji do zadanej pracy	10
analiza badań i sprawozdań	5
przeprowadzenie badań empirycznych	75
przygotowanie raportu	5
analiza i przygotowanie danych	10
pozyskanie danych	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 180
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	wyniki badań
U1	x	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Statystyka i analiza danych

Nazwa przedmiotu Statystyka i analiza danych			
Klasyfikacja ISCED 0542 Statystyka		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Matematyka	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zna i rozumie w pogłębionym stopniu parametry opisu statystycznego, umie przeprowadzić badanie i analizę statystyczną	DKS_K2_W09
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi z dziedziny komunikacji społecznej i mediów	DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów a także do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe pojęcia statystyki. Przedmiot i zadania.	W1

2.	Zastosowanie matematycznych metod w badaniach medioznawczych. Istota i rodzaje.	W1, U1, K1
3.	Metody i techniki opracowywania i grupowania materiału statystycznego.	W1
4.	Testowanie hipotez	W1, U1, K1
5.	Miary statystyczne (tendencji centralnej, asymetrii, dyspersji...)	W1, U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną, rozwiązywanie zadań, ćwiczenia laboratoryjne, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, raport	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest udział w min. 80% zajęć oraz otrzymanie pozytywnej oceny z raportu końcowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
ćwiczenia	30
przygotowanie raportu	60
przygotowanie do ćwiczeń	30
przeprowadzenie badań empirycznych	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 150
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie na ocenę	raport
W1	x	x
U1	x	x
K1	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Etyka mediów

Nazwa przedmiotu Etyka mediów			
Klasyfikacja ISCED 0223 Filozofia i etyka		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Filozofia	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat etycznych podstaw wykonywania zawodów medialnych i okołomedialnych i w konsekwencji umiejętności rozwiązywania problemów i dylematów etycznych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	fakty, obiekty, zjawiska i procesy oraz teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu etyki	DKS_K2_W08
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy natury etycznej	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	dbałości o dorobek i tradycje zawodów medialnych i okołomedialnych, do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i przestrzegania zasad etyki zawodowej, a także wymagania tego od innych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe zasady deontologii. Wybrane zagadnienia kodeksów deontologicznych w tym kodeksów deontologii dziennikarskiej (Kodeks Etyki Dziennikarskiej, Dziennikarski Kodeks Obyczajowy, Karta Etyczna Mediów Polskich, Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy, Kodeks Etyki Reklamy) – przykłady pozytywnych i negatywnych praktyk	W1
2.	rzetelność i szczególna staranność w praktyce medialnej, analizy przypadków	U1, K1
3.	Manipulacja; rodzaje i przypadki; możliwości uniknięcia zmanipulowania przez informatora	U1, K1
4.	Podstawowe zasady etyki: prawdy, obiektywizmu pierwszeństwa dobra odbiorcy, zasada wolności, odpowiedzialności za formę i treść przekazu, zasada szacunku i tolerancji	W1, U1, K1
5.	Specyfika etycznego postępowania w radiofonii, telewizji, internecie	W1, U1, K1
6.	Etyka reklamy	W1, U1, K1
7.	Informacje prawnie chronione - etyczne pozyskanie i wykorzystanie; dostęp do informacji	W1, U1, K1
8.	Etyka w aspekcie normatywnym, wytyczanie dyrektyw (norm moralnie pozytywnego postępowania) oraz kształtowanie sposobów zamiany obiegowej moralności, na zachowanie zbliżające dziennikarza do przyjętego ideału moralnego; dziennikarz jako wzorzec moralny	U1, K1
9.	Analizy skrajnych i granicznych przypadków;perspektywa powinności dziennikarskiej a podejrzenie popełnienia przestępstwa; fotoreportaż a udzielenie pomocy; trauma	W1, U1, K1
10.	System odpowiedzialności mediów mechanizmy samoregulacyjne; nowe kierunki i aktualne możliwości	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
analiza i przygotowanie danych	30

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce

Nazwa przedmiotu Ochrona dóbr osobistych i danych osobowych w praktyce			
Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 3
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki prawne	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Uświadomienie roli prawidłowej ochrony dóbr osobistych i danych osobowych w zawodach medialnych i okołomedialnych.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	w zaawansowanym stopniu, kluczowe zagadnienia z zakresu ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	przestrzegania kodów aksjologicznych, regulacji dotyczących ochrony dóbr osobistych i danych osobowych, kodeksów etycznych normujących działania zawodowe w sferze mediów i zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, wykazuje gotowość do odpowiedzialnego wypełniania ról zawodowych i podtrzymywania etosu zawodu oraz przestrzegania i rozwijania etyki zawodowej w sferze komunikacji społecznej, mediów i profesji okołomedialnych	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Główne problemy społeczeństwa informacyjnego i dziennikarskiego prawa o informacji	W1, U1, K1
2.	Podstawowe zasady ochrony danych osobowych	W1, K1
3.	Podstawowe zasady dotyczące dóbr osobistych i ich ochrony	W1, U1
4.	Tajemnice prawnie chronione i ich relacje z ochroną dóbr osobistych i danych osobowych; tajemnica dziennikarska, tajemnica przedsiębiorstwa, tajemnica lekarska i inne	W1, U1, K1
5.	Praktyczne umiejętności podejmowania działań nie mających charakteru bezprawnego w obszarze dóbr osobistych i danych osobowych.	W1, U1, K1
6.	Realizacja praw osób których dane dotyczą, przejrzyste informowanie, przejrzysta komunikacja i tryb wykonywania praw	W1, U1, K1
7.	Wyjątek (przywilej) prasowy	W1, U1, K1
8.	Administrator i przetwarzający na zlecenie; Przekazywanie danych do państw trzecich	W1, U1, K1
9.	Zatwierdzone kodeksy postępowania i certyfikacja; normy techniczne (normalizacyjne) a normy prawne	W1, U1, K1
10.	Analiza przypadków i praktyczne umiejętności oceny bezprawności naruszenia dóbr osobistych, ochrona godności osobistej i dobrego imienia, sfery życia prywatnego, nazwiska, wizerunku, pamięci osoby zmarłej, twórczości naukowej, artystycznej i wynalazczej.	W1, U1, K1
11.	Ochrona dóbr osób prawnych. Majątkowe i niemajątkowe środki ochrony dóbr osobistych .	W1, U1, K1
12.	Dziennikarz jako sprawozdawca sądowy.	W1, U1, K1
13.	Dostęp do informacji oraz ponowne wykorzystywanie informacji sektora publicznego (ograniczenia)	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	**Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć**
konwersatorium	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30
zbieranie informacji do zadanej pracy	30
przygotowanie do zajęć	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Badania nad mediatyzacją

Nazwa przedmiotu Badania nad mediatyzacją			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Dostarczenie studentowi praktycznej wiedzy i umiejętności w zakresie badań nad mediatyzacją życia publicznego na poziomie mikro (indywidualnym), mezo (instytucjonalnym) oraz makro (instytucjonalnym).

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	formułować i analizować problemy badawcze, dobierać metody i narzędzia ich rozwiązania, syntetyzować różne idee i punkty widzenia z wykorzystaniem wiedzy z zakresu mediatyzacji życia społecznego, teorii mediów oraz metodologii badań nad mediami.	DKS_K2_W09
W2	student ma świadomość istnienia kodów aksjologicznych oraz zna kodeksy etyczne, normujące działania zawodowe w sferze mediów i innych zawodach okołomedialnych, rozumie konieczność normowania zachowań w tym zakresie oraz jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, tak w medialnej, jak i okołomedialnej działalności zawodowej, rozumie zagrożenia wynikające z tego zjawiska oraz potrafi odbierane treści poddać ocenie krytycznej.	DKS_K2_W09, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i na tej podstawie formułować krytyczne sądy z użyciem merytorycznej argumentacji w oparciu o poglądy własne oraz innych autorów, formułować wnioski i dokonywać syntetycznych podsumowań i twórczej interpretacji oraz efektywnie prezentować informacje i konkluzje	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U11

Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści oraz do wykorzystania posiadanej wiedzy w celu rozwiązywania praktycznych i poznawczych problemów z dziedziny komunikacji społecznej i mediów	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	W ramach ćwiczeń realizowane są projekty badawcze przygotowywane w porozumieniu z różnymi instytucjami publicznymi, medialnymi i okołomedialnymi (przykładowo: na podstawie porozumienia IDMiKS i Gminą Miejską Kraków). W trakcie zajęć student zdobywa wiedzę, zorientowaną na zastosowania praktyczne w zakresie przygotowywania projektu dotyczącego badań nad mediatyzacją, monitorowania mediów i różnych instytucji publicznych. Zapoznaje się z dotychczasowymi rozwiązaniami (omówienie i analiza case studies) oraz wynikami dostępnych badań w tym obszarze, zapoznaje się z metodyką przygotowywania monitoringu mediów, przygotowuje projekt i stawia diagnozę odnoszącą się do wybranej instytucji i potrzeb obywateli. Student wykorzystuje wiedzę w praktyce, poprzez współpracę z instytucjami publicznymi, medialnymi lub okołomedialnymi i innymi. Zajęcia mają charakter unikatowy, treści programowe są przygotowywane w każdym roku na podstawie wyników konsultacje z podmiotami zewnętrznymi.	W1, W2, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, burza mózgów, dyskusja, analiza przypadków, udział w badaniach

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Na każdych zajęciach dokonywana jest ocena i analiza przygotowanych i zrealizowanych przez studentów zadań cząstkowych. Zadania te są kolejnymi elementami projektu badawczego, którego efekty przedstawione zostaną w pracy naukowej, będącej podstawą zaliczenia przedmiotu.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
analiza badań i sprawozdań	15
przeprowadzenie badań literaturowych	15
przygotowanie dokumentacji	15
przygotowanie do ćwiczeń	45
poprawa projektu	15

przygotowanie referatu	10
przygotowanie raportu	20
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 180
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
W2	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Badania realizowane on-line

Nazwa przedmiotu Badania realizowane on-line			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	wskazanie nowych obszarów eksploracji dla badań medioznawczych
C2	zapoznanie studentów z metodologią badań on-line
C3	uświadomienie słuchaczom, że Internet stanowi podmiot i przedmiot badań medioznawczych
C4	określenie wad i zalet oraz etycznych aspektów badań realizowanych za pośrednictwem sieci
C5	uświadomienie słuchaczom zasadności rozbudowy metodologii badań nad mediami i dostosowania jej do dynamicznego rozwoju technologii informacyjnych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna instrumentarium badań nad mediami i komunikacją społeczną oraz rozumie potrzebę jego doskonalenia i dostosowania do zmieniających się technologii informacyjnych.	DKS_K2_W09, DKS_K2_W11, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	konceptualizować i operacjonalizować innowacyjne projekty badawcze oraz stosować ilościowe i jakościowe metody badań nad mediami, szczególnie techniki badań realizowanych za pośrednictwem sieci.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	student wykazuje gotowość do prowadzenia zaawansowanych badań nad zawartością i oddziaływaniem mediów oraz rozwoju własnej ścieżki naukowo-badawczej.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	przemiany w metodologii badań mediów i komunikacji społecznej	W1
2.	internet jako podmiot i przedmiot badań medioznawczych	W1
3.	specyfika badań realizowanych za pośrednictwem sieci	W1
4.	konceptualizacja badań on-line	W1, U1
5.	operacjonalizacja badań on-line	W1, U1
6.	networking	K1
7.	popularyzacja wyników badań	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, metody e-learningowe, udział w badaniach

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	obecność na zajęciach (80%), aktywność, pozytywna ocena uzyskana z projektu zaliczeniowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	90
analiza badań i sprawozdań	15
analiza i przygotowanie danych	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 150
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Wizualizacja informacji

Nazwa przedmiotu Wizualizacja informacji			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	rozszerzenie wiedzy na temat semiotyki mediów
C2	określenie zasad wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych
C3	zaprezentowanie nowych praktyk związanych z kodowaniem i dekodowaniem treści medialnych
C4	zapoznanie studentów z narzędziami badania obrazu w mediach
C5	uświadomienie słuchaczom potrzeby krytycznej analizy zawartości mediów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zasady wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych oraz rozumie ich uzależnienie od stylu komunikacji i kompetencji odbiorców.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	dokonać analizy semiotycznej zastanych tekstów medialnych, a także wizualizacji nowych materiałów dziennikarskich.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy odbieranych przekazów medialnych oraz projektowania skutecznych komunikatów wizualnych.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	wizualizacja danych ilościowych i jakościowych	W1, U1, K1
2.	wizualizacja informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych	W1, U1, K1
3.	okładki prasowe	W1, U1, K1
4.	kodowanie i dekodowanie komunikatów wizualnych	W1, U1, K1
5.	wspólnota interpretacyjna i kompetencje odbiorcze	W1, U1, K1
6.	intertekstualność	W1, U1, K1
7.	praktyczna analiza wizualizacji medialnych	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	obecność na zajęciach (80%), aktywność, pozytywna ocena uzyskana z projektu zaliczeniowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Kreacja portfolio i networking

Nazwa przedmiotu Kreacja portfolio i networking			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Analiza i monitoring mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z tworzeniem materiałów graficznych związanych z promocją marki. Poprawnym ustawieniem narzędzi internetowych służących autopromocji oraz konfiguracją poszczególnych modułów i wtyczek pod konkretne potrzeby. Prezentacja sposobów komunikacji w biznesie.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu tworzenia contentu graficznego, ustawiania i konfiguracji narzędzi używanych w profesjonalnym kreowaniu portfolio. Przybliżenie informacji na temat przeznaczenia przygotowywanych plików - różnica między plikami przygotowywanymi do druku a do wyświetlenia w internecie.
C3	Uświadomienie słuchaczom wagi odpowiedniej prezentacji swoich prac i dokonań w celu odpowiedniego zaistnienia na rynku pracy.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zagadnienia związane z ustawieniem i prowadzeniem swojej własnej domeny. Ma wiedzę na temat najważniejszych informacji związanych z tworzeniem contentu graficznego. Zna podstawowe zasady kompozycji grafik oraz odpowiednich ich dostosowania do medium w którym będą prezentowane. Wie jak posługiwać się narzędziami reklamowymi, dostępnymi w internecie aby odpowiednio wypromować swoją markę. Zna różne formy komunikacji biznesowej w zakresie networkingu.	DKS_K2_W10, DKS_K2_W12, DKS_K2_W13, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	potrafi stworzyć oraz ustawić aplikację internetową, przydatną do procesów rekrutacji. Umie zaprojektować pliki graficzne w różnych formach oraz przygotować je pod potrzeby wyświetlania oraz DTP. Umie wykorzystać odpowiednie media społecznościowe do promocji wybranej marki, w tym także autopromocji. Potrafi tworzyć grafiki pod konkretne media społecznościowe.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U12, DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	pracy w grupie, nastawionej na realizację określonego celu. Potrafi sprawnie komunikować się z headhunterami, prezentować swój dorobek oraz prowadzić biznesową komunikację. Przyjmować różne role w danym zespole i dążyć do wypełnienia zadań, które przypadły mu w udziale.	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Student zna definicję networkingu. Rozumie znaczenie posiadania odpowiednio przygotowanego portfolio, a także wagę autopromocji na rynku pracy. Wie, jakie są narzędzia używane do produkcji contentu graficznego, poprawnie rozróżnia wymagania niezbędne do wyświetlania plików graficznych oraz ich druku. Rozróżnia typy grafik oraz potrafi dopasować programy, w których te mogą być edytowane. Zna zasady komunikacji biznesowej na rynku pracy. Rozumie znaczenie korzystania z portali dostosowanych do wyszukiwania stanowisk pracy. Poprawnie podaje przykłady mediów społecznościowych niezbędnych do procesów rekrutacji.	W1
2.	Uczestnik zajęć potrafi zastosować w praktyce wszystkie poznane narzędzia do kreacji portfolio. Kompetentnie się nimi posługuje i umie je selekcjonować pod względem celów i rodzaju przygotowywanych prac. Opracowuje i wdraża kampanię związaną z promocją marki. Wykorzystuje techniki kreatywne do przygotowania kampanii i do rozwiązywania problemów w budowaniu swojego narzędzia do prezentacji portfolio.	U1
3.	Podczas zajęć student doskonali swoje kompetencje komunikacyjne i umiejętność pracy w grupie. Rozwija także swoje umiejętności techniczne w zakresie różnych form prezentacji swoich prac. Potrafi sprawnie komunikować się językiem biznesowym oraz prezentować swój dorobek.	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	30

przygotowanie prezentacji multimedialnej	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15
przygotowanie do zajęć	15
wykonanie ćwiczeń	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x		
U1	x	x	x
K1	x		x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Media, reklama i konsumpcja we współczesnych teoriach kultury

Nazwa przedmiotu Media, reklama i konsumpcja we współczesnych teoriach kultury			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Wymagania wstępne i dodatkowe

Ukończony podstawowy kurs teorii komunikowania.

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem wykładu jest zapoznanie słuchaczy z najistotniejszymi i wywierającymi największy wpływ teoriami dotyczącymi kultury konsumpcyjnej, jej zakresu, oddziaływania, miejsca w życiu współczesnych społeczeństw, relacji wzajemnych ze sferą komunikacji masowej i mediami masowymi, sposobów jej badania i opisu.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zaawansowane metody analizy i interpretacji wytworów kultury, wybranych tradycji, teorii i szkół badawczych dziedzin nauki i dyscyplin naukowych właściwych dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację wybranych wytworów praktyk społecznych, wytworów i tekstów kultury konsumpcyjnej z zastosowaniem twórczych i oryginalych metody oceny ich znaczenia i oddziaływania w procesie historyczno-kulturowym	DKS_K2_U12, DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnych form w samodzielny, rozumiejący, pogłębiony sposób	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	NOWOCZESNOŚĆ/PONOWOCZESNOŚĆ, MODERNIZM/POSTMODERNIZM. Projekt oświeceniowy i jego upadek. Podstawy historyczne, kulturowe, polityczne myśli postmodernistycznej. Podstawowe cechy i wartości kultury nowoczesnej i ich odzwierciedlenie w literaturze, muzyce, sztukach plastycznych, architekturze i mediach masowych. Nowoczesne ujęcie mediów i marketingu – podstawowe założenia. Kultura ponowoczesna – sztuki piękne, literatura, muzyka, architektura, media masowe. Reklama i marketing w ujęciu ponowoczesnym – podstawowe założenia.	W1, U1, K1
2.	WYSOKIE/NISKIE, KULTURA MASOWA I POPULARNA. Wartość w kulturze i hierarchia kulturalna w ujęciu nowoczesnym. Teorie społeczeństwa masowego. Teoria krytyczna i jej współczesne rozwinięcia. Benjamin: reprodukcja techniczna i demokratyzacja dostępu do kultury. BCC i ich stosunek do kultury masowej, mediów, reklamy. Postmodernizm a kultura masowa i media masowe. Populizm kulturalny i jego medialne przełożenia. Czy kultura masowa może być dobra?	W1, U1, K1
3.	KONSUMPCJA I KONSUMPCJONIZM. Kulturowe i społeczne źródła konsumpcjonizmu. Od Veblena do Bourdieu: konsumpcja i gust jako kryteria różnicujące. Teoria krytyczna wobec wartości konsumpcyjnych. Bell: podstawowe sprzeczności społeczeństwa konsumpcyjnego. Kultura konsumpcyjna i pokonsumpcyjna; zmiany w aksjologii i estetyce. Konsumpcja w teorii ponowoczesnej: uwodzenie i symulakry. Lipovetsky: teoria mody i społeczeństwo mody. Reklama jako główny tekst konsumpcjonizmu. Konsumpcjonizm a magia. Dlaczego konsumowanie nie daje szczęścia? KONSUMPCJA I SPEKTAKL. Społeczeństwo konsumentów jako społeczeństwo spektaklu. Media w kulturze spektaklu. Postkonsumpcja i wartość znakowa produktów. Spektakl jako symulacja. Symulakryzacja kultury popularnej. Po co nam spektakle?	W1, U1, K1
4.	ZABAWA I CZAS WOLNY. Zabawa jako uniwersalne źródło kultury; panludyzm i wątpliwości. Typy i rodzaje zabaw – zabawy konsumpcyjne i ich znaczenie dla kultury. Kultura konsumpcyjna jako kultura czasu wolnego. Związki konsumpcji, zabawy i religii; ich implikacje dla kultury i mediów. Karnawalizacja. Dlaczego wieczna zabawa nie daje zadowolenia?	W1, U1, K1
5.	WŁADZA I PODPORZĄDKOWANIE. Foucault - inkarceracja i dyscyplina. Media masowe a władza; nowe media jako współczesny panopticon. Konsumpcjonizm jako aparat kontroli. Certeau: taktyki i strategie. Praktyki konsumpcyjne a władza i kontrola. Czy należy się bać Wielkiego Brata?	W1, U1, K1
6.	TOŻSAMOŚĆ I ODRĘBNOŚĆ. Kulturowe komponenty tożsamości indywidualnych i zbiorowych. Ponowoczesny kryzys tożsamości a kultura konsumpcyjna. Konsumpcyjne wymiary projektów tożsamościowych ludzi. Media masowe a tożsamości technospołeczne; Foucault i technologie siebie. Poczucie tożsamości kulturowej i narodowej a globalna kultura konsumpcyjna. Czy tożsamość powinna być brzytwą czy supermarketem?	W1, U1, K1
7.	PŁEĆ, RODZAJ, TOŻSAMOŚĆ . W kierunku teorii feministycznej oraz queer theory: płeć biologiczna i kulturowa jako podstawa tożsamości oraz uwarunkowanie interpretacji kultury. Kultura popularna i konsumpcjonizm z punktu widzenia teorii feministycznej i queer.	W1, U1, K1

8.	CIAŁO. Miejsce i funkcje ciała w społeczeństwie konsumującym i zmediatyzowanym. Ciało jako symboliczne medium komunikacyjne. Uwikłanie ciała i seksualności w mechanizmy władzy i podporządkowania. Ciało jako medium reklamowe. Konsumpcjonizm a śmiertelność ciała. Rytuały i strategie współczesnej kultury konsumpcyjnej nakierowane na kontrolę nad czasem i przemijaniem. TRANSGRESJA. Cało jako wehikuł transgresji. Narzędzia transgresji w społeczeństwie mediatyzowanym. Szok i transgresja w mediach i reklamie. Czy możliwa jest transgresja komercyjna?	W1, U1, K1
9.	MITYCZNE WYMIARY WSPÓŁCZESNEJ KULTURY. Różne teorie i ujęcia mitu. Mitotwórcze właściwości mediów masowych i reklamy. Nowe mity kultury XXI wieku.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	zaliczenie pisemne	Napisanie teksyu na co najmniej 60 proc. [ptrzewidzianej punktacji. Obecność na co najmniej 75 proc. zajęć

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie do zajęć	20
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	20
przygotowanie do egzaminu	20
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie pisemne
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Media lokalne i środowiskowe

Nazwa przedmiotu Media lokalne i środowiskowe			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Podstawowa wiedza o systemie mediów w Polsce

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zaznajomienie studentów z przemianami polskiego rynku mediów regionalnych i lokalnych po 1989 roku, zwłaszcza w związku z cyfryzacją i rozwojem internetu oraz mediów mobilnych.
C2	Uświadomienie słuchaczom wpływu procesów cyfryzacji na sposób uprawiania dziennikarstwa lokalnego.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	bogactwo i swoistość rynku mediów funkcjonujących w społecznościach regionalnych i lokalnych oraz specyfikę zawodu dziennikarza w tych społecznościach	DKS_K2_W12, DKS_K2_W13
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	analizować i interpretować zjawiska społeczne oraz zachodzące między nimi zależności, w tym zjawiska kulturowe, polityczne, prawne i ekonomiczne związane z działalnością medialną i okołomedialną w społecznościach lokalnych i instytucjach samorządowych i społeczno-kulturalnych	DKS_K2_U10, DKS_K2_U12
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		

K1	samodzielnego zdobywania wiedzy i poszerzania umiejętności profesjonalnych związanych z wybraną sferą działalności społecznej, medialnej lub/i okołomedialnej	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zagadnienia wstępne: kryteria lokalności, sens. tzw. prawa prasoznawczego, funkcje i zadania mediów lokalnych, typologie mediów nieogólnokrajowych. Media alternatywne i środowiskowe. Perspektywy mediów lokalnych i środowiskowych.	U1, K1
2.	Prasa regionalna, lokalna i sublokalna. Dziedzictwo PRL i efekty transformacji. Rynek dzienników regionalnych 1989-2019: od różnorodności przez dupol do monopolu Grupy Polska Press; bilans ilościowy i jakościowy po 30 latach przemian. Rozwój czasopism lokalnych i sublokalnych. Gazety darmowe i płatne tygodniki lokalne. Minikoncerny lokalne. Konflikty na tle uprawiania dziennikarstwa zadań prasy w społeczności lokalnej. Trudności rynkowe i jak sobie radzić w trudnych czasach - płaszczyzny współpracy i samopomocy (działalność stowarzyszeń etc.).	W1, U1, K1
3.	Radiofonia lokalna i jej problemy. Stan radiofonii lokalnej. Rozgłośnie regionalne Polskiego radia: oferta, misja i jej realizacja. Lokalne radio komercyjne: grupy radiowe, tzw. sieci, formatowanie programów, stacje uniwersalne i wyspecjalizowane. Stacje zsieciowane a tzw. niezależne - realizacja powinności względem społeczności lokalnych. Wyzwania dla dziennikarstwa radiowego na szczeblu lokalnym.	U1, K1
4.	Telewizja regionalna i lokalna. Publiczna telewizja regionalna - TVP3: realizacja misji nadawcy publicznego na szczeblu lokalnym. Co zostało po komercyjnej telewizji lokalnej po 30 latach przemian? Multipleksy lokalne. Lokalne programy w sieciach kablowych; nieudany epizod z telewizją satelitarną.	W1, U1, K1
5.	Internet i nowe media jako środowisko dla inicjatyw lokalnych. Lokalne portale i serwisy informacyjne. Lokalność w dużych portalach. Telewizja internetowa na szczeblu lokalnym. Dziennikarstwo obywatelskie na szczeblu lokalnym i sublokalnym.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	Obecność na co najmniej połowie wykładów. Uzyskanie 60% punktów z testu egzaaminacyjnego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15

samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	30
przygotowanie do egzaminu	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	egzamin pisemny
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Marketing

Nazwa przedmiotu Marketing			
Nazwa przedmiotu w języku angielskim Marketing			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Angielski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	aim of the course is to acquaint the student with the concepts and issues in marketing Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z pojęciami i zagadnieniami z zakresu marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	the student knows and understands the main mechanisms and tools used in marketing, as well as understands the reasons and directions of changes in this area Student zna i rozumie główne mechanizmy i narzędzia stosowane w marketingu, a także rozumie przyczyny i kierunki zmian w tym obszarze	DKS_K2_W11
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	the student can independently use selected tools in the field of marketing research Student potrafi samodzielnie korzystać z wybranych narzędzi z zakresu badań marketingowych	DKS_K2_U09
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	the student is ready to effectively use the acquired marketing skills in order to improve his professional skills Student jest gotowy do efektywnego wykorzystania nabytych umiejętności marketingowych w celu poprawy swoich umiejętności zawodowych	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	During classes, a student learns the basic concepts and issues in the field of marketing. Podczas zajęć student poznaje podstawowe pojęcia i zagadnienia z zakresu marketingu.	W1
2.	student learns the major concepts, techniques and methods used in marketing as well as learns about the specific characteristics and problems of marketing research. student poznaje główne pojęcia, techniki i metody stosowane w marketingu, a także poznaje specyfikę i problemy badań marketingowych.	U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	esej	75% attendance at the lecture 75% frekwencji na wykładzie

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przeprowadzenie badań literaturowych	40
przygotowanie referatu	30
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 100
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	esej
W1	x
U1	x
K1	x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Medialna analiza społeczno-polityczna

Nazwa przedmiotu Medialna analiza społeczno-polityczna			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** egzamin	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Wszystkie		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem modułu jest zrozumienie przez studentów roli mediów w interpretacji zjawisk społeczno-politycznych. Pokazane zostaną różnice i podobieństwa pomiędzy naukowym a medialnym opisem rzeczywistości. Wyróżnione zostaną główne źródła nieporozumień oraz napięć we wzajemnych kontaktach dziennikarzy oraz naukowców i ekspertów.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	zróżnicowanie podejść do analizy rzeczywistości społecznej	DKS_K2_W08, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10, DKS_K2_W11, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	przygotować analizę konkretnego zjawiska społecznego	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U11
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	określenia źródeł napięć w opisie rzeczywistości pomiędzy nauką i mediami.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu

1.	Zrozumienie zjawisk społecznych - perspektywy opisu socjologicznego	W1, U1, K1
2.	Źródła informacji medialnej - rola eksperta a gatunki dziennikarskie	U1
3.	Interpretacje polskich podziałów i wydarzeń politycznych	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	esej	Pozytywna ocena eseju prezentującego wyjaśnienia wybranego problemu społecznego.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
wykład	30
przygotowanie ekspertyzy	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	esej
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Kreowanie marki

Nazwa przedmiotu Kreowanie marki			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Nabycie przez studentów wiedzy o gospodarczych, kulturowych, społecznych i psychologicznych uwarunkowaniach kreowania marki, znajomość składowych części marki wg różnych koncepcji stosowanych w praktyce przedsiębiorstw, znajomość typów strategii i architektury marek. Uświadomienie studentom problemów wprowadzania marki na rynek, wprowadzania marki na różne rynki lokalne, rebrandingu, repozycjonowania i rozszerzania marki.
C2	Nabycie przez studentów umiejętności stosowania praktycznych technik oraz dostępnych wyników badań rynku w kreowaniu marki, znajomość procesu kreowania marki oraz umiejętności doboru mediów, typów przekazów i kontekstów komunikacyjnych w komunikacji marki.
C3	Świadomość problemów etycznych brandingu i nurtów krytyki współczesnego marketingu marek.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	gospodarcze, kulturowe, społeczne i psychologiczne uwarunkowaniach kreowania marki.	DKS_K2_W08
W2	składowe części marki wg różnych koncepcji stosowanych w praktyce przedsiębiorstw oraz różne typy strategii i architektury marek.	DKS_K2_W09
W3	problemy wprowadzania marki na rynek, wprowadzania marki na różne rynki lokalne, rebrandingu, repozycjonowania i rozszerzania marki.	DKS_K2_W10

W4	problemy etyczne brandingu i nurtów krytyki współczesnego marketingu marek.	DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	stosować w praktyce techniki oraz dostępne wyniki badań rynku w kreowaniu marki, a także znajomość procesu kreowania marki.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10
U2	student ma umiejętność doboru mediów, typów przekazów i kontekstów komunikacyjnych w komunikacji marki.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	podjęcia pracy związanej z szeroko pojętym kreowaniem marki.	DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Definicja, funkcje, historia i tożsamość marki.	W1, W2
2.	Marka w kontekście gospodarczym, społecznym i psychologicznym.	W1, W2, W3, W4
3.	Badania rynku w pracy z marką.	W2, W3, U1, K1
4.	Strategie i kreowanie marki.	W2, W3, U1, U2, K1
5.	Narzędzia marketingowe w kreowaniu marki.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1
6.	Szczególne przypadki pracy z marką.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt, kazus, prezentacja	Uzyskanie pozytywnej oceny za każdą z wymaganych prac.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
przygotowanie projektu	45
przygotowanie do zajęć	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15

rozwiązywanie kazusów	20
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 170
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia			
	zaliczenie na ocenę	projekt	kazus	prezentacja
W1	x	x	x	x
W2	x	x	x	x
W3	x	x	x	x
W4	x	x	x	x
U1	x	x		x
U2	x	x		x
K1		x		x

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Społeczna odpowiedzialność biznesu

Nazwa przedmiotu Społeczna odpowiedzialność biznesu			
Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Uświadomienie studentom roli CSR (corporate social responsibility) we współczesnym świecie.
C2	Opanowanie przez studentów podstawowych działań z zakresu CSR (corporate social responsibility).

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	specyfikę działań z zakresu CSR i ich usytuowanie w marketingu.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W12
W2	podstawowe narzędzia CSR.	DKS_K2_W08, DKS_K2_W12
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	używać narzędzi CSR z pozycji dowolnego sektora i potrafi zaprojektować kampanie z zakresu CSR.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	wdrażania działań z zakresu CSR w działalności zawodowej, w dowolnym sektorze.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	CSR w marketingu i koncepcji zrównoważonego rozwoju.	W1
2.	Wybrane narzędzia CSR.	W2, U1, K1
3.	Współpraca międzysektorowa w działaniach CSR.	W2, U1, K1
4.	Kampanie CSR.	W1, W2, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, metody e-learningowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt	Uzyskanie połowy punktów + 1 za projekt.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	30
przygotowanie do ćwiczeń	30
rozwiązywanie kazusów	15
rozwiązywanie zadań	15
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	15

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 135
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie na ocenę	projekt
W1	x	x
W2	x	x
U1	x	x
K1	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Wizualizacja informacji

Nazwa przedmiotu Wizualizacja informacji			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	rozszerzenie wiedzy na temat semiotyki mediów
C2	określenie zasad wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych
C3	zaprezentowanie nowych praktyk związanych z kodowaniem i dekodowaniem treści medialnych
C4	zapoznanie studentów z narzędziami badania obrazu w mediach
C5	uświadomienie słuchaczom potrzeby krytycznej analizy zawartości mediów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zasady wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych oraz rozumie ich uzależnienie od stylu komunikacji i kompetencji odbiorców.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	dokonać analizy semiotycznej zastanych tekstów medialnych, a także wizualizacji nowych materiałów dziennikarskich.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy odbieranych przekazów medialnych oraz projektowania skutecznych komunikatów wizualnych.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	wizualizacja danych ilościowych i jakościowych	W1, U1, K1
2.	wizualizacja informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych	W1, U1, K1
3.	okładki prasowe	W1, U1, K1
4.	kodowanie i dekodowanie komunikatów wizualnych	W1, U1, K1
5.	wspólnota interpretacyjna i kompetencje odbiorcze	W1, U1, K1
6.	intertekstualność	W1, U1, K1
7.	praktyczna analiza wizualizacji medialnych	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	obecność na zajęciach (80%), aktywność, pozytywna ocena uzyskana z projektu zaliczeniowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Kreacja portfolio i networking

Nazwa przedmiotu Kreacja portfolio i networking			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Promocyjna		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z tworzeniem materiałów graficznych związanych z promocją marki. Poprawnym ustawieniem narzędzi internetowych służących autopromocji oraz konfiguracją poszczególnych modułów i wtyczek pod konkretne potrzeby. Prezentacja sposobów komunikacji w biznesie.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu tworzenia contentu graficznego, ustawiania i konfiguracji narzędzi używanych w profesjonalnym kreowaniu portfolio. Przybliżenie informacji na temat przeznaczenia przygotowywanych plików - różnica między plikami przygotowywanymi do druku a do wyświetlenia w internecie.
C3	Uświadomienie słuchaczom wagi odpowiedniej prezentacji swoich prac i dokonań w celu odpowiedniego zaistnienia na rynku pracy.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zagadnienia związane z ustawieniem i prowadzeniem swojej własnej domeny. Ma wiedzę na temat najważniejszych informacji związanych z tworzeniem contentu graficznego. Zna podstawowe zasady kompozycji grafik oraz odpowiednich ich dostosowania do medium w którym będą prezentowane. Wie jak posługiwać się narzędziami reklamowymi, dostępnymi w internecie aby odpowiednio wypromować swoją markę. Zna różne formy komunikacji biznesowej w zakresie networkingu.	DKS_K2_W10, DKS_K2_W12, DKS_K2_W13, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	potrafi stworzyć oraz ustawić aplikację internetową, przydatną do procesów rekrutacji. Umie zaprojektować pliki graficzne w różnych formach oraz przygotować je pod potrzeby wyświetlania oraz DTP. Umie wykorzystać odpowiednie media społecznościowe do promocji wybranej marki, w tym także autopromocji. Potrafi tworzyć grafiki pod konkretne media społecznościowe.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U12, DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	pracy w grupie, nastawionej na realizację określonego celu. Potrafi sprawnie komunikować się z headhunterami, prezentować swój dorobek oraz prowadzić biznesową komunikację. Przyjmować różne role w danym zespole i dążyć do wypełnienia zadań, które przypadły mu w udziale.	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Student zna definicję networkingu. Rozumie znaczenie posiadania odpowiednio przygotowanego portfolio, a także wagę autopromocji na rynku pracy. Wie, jakie są narzędzia używane do produkcji contentu graficznego, poprawnie rozróżnia wymagania niezbędne do wyświetlania plików graficznych oraz ich druku. Rozróżnia typy grafik oraz potrafi dopasować programy, w których te mogą być edytowane. Zna zasady komunikacji biznesowej na rynku pracy. Rozumie znaczenie korzystania z portali dostosowanych do wyszukiwania stanowisk pracy. Poprawnie podaje przykłady mediów społecznościowych niezbędnych do procesów rekrutacji.	W1
2.	Uczestnik zajęć potrafi zastosować w praktyce wszystkie poznane narzędzia do kreacji portfolio. Kompetentnie się nimi posługuje i umie je selekcjonować pod względem celów i rodzaju przygotowywanych prac. Opracowuje i wdraża kampanię związaną z promocją marki. Wykorzystuje techniki kreatywne do przygotowania kampanii i do rozwiązywania problemów w budowaniu swojego narzędzia do prezentacji portfolio.	U1
3.	Podczas zajęć student doskonali swoje kompetencje komunikacyjne i umiejętność pracy w grupie. Rozwija także swoje umiejętności techniczne w zakresie różnych form prezentacji swoich prac. Potrafi sprawnie komunikować się językiem biznesowym oraz prezentować swój dorobek.	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	30

przygotowanie prezentacji multimedialnej	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15
przygotowanie do zajęć	15
wykonanie ćwiczeń	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x		
U1	x	x	x
K1	x		x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Technologia przekazu w mediach społecznościowych

Nazwa przedmiotu Technologia przekazu w mediach społecznościowych			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 45		**Liczba punktów ECTS** 6	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	rozszerzenie wiedzy na temat współczesnych technologii informacyjnych
C2	prezentacja nowych praktyk medialnych związanych z rozwojem kultury partycypacji
C3	prezentacja przykładów zastosowania mediów społecznościowych do działań promocyjnych i edukacyjnych
C4	zapoznanie studentów z narzędziami tworzenia przekazów w mediach społecznościowych
C5	przekazanie praktycznej wiedzy na temat tworzenia zawartości mediów społecznościowych

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna współczesne technologie tworzenia przekazów w mediach społecznościowych i rozumie ich uzależnienie od stylu komunikacji i kompetencji odbiorców.	DKS_K2_W10, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	tworzyć przekaz dostosowany do specyfiki poszczególnych mediów społecznościowych i skutecznie wykorzystywać ich narzędzia.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	zaawansowanego stosowania technologii mediów społecznościowych w działalności informacyjnej, promocyjnej i popularyzatorskiej.	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	nowe praktyki medialne	W1, K1
2.	kultura partycypacji i user-generated content	W1, K1
3.	charakterystyka mediów społecznościowych	W1, U1
4.	informacyjny, edukacyjny i promocyjny potencjał mediów społecznościowych	U1, K1
5.	krytyczna analiza zawartości mediów społecznościowych	W1, U1, K1
6.	narzędzia tworzenia przekazów	U1
7.	rozwiązania kreatywne i estetyczne	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	obecność na zajęciach (80%), aktywność, pozytywna ocena uzyskana z projektu zaliczeniowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	45
przygotowanie projektu	120
przygotowanie do ćwiczeń	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 180
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 45

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Zarządzanie projektami

Nazwa przedmiotu Zarządzanie projektami			
Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** obowiązkowy
Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30		**Liczba punktów ECTS** 5	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o zarządzaniu i jakości	
Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Tak			

Wymagania wstępne i dodatkowe

Aktywny udział w 90% zajęć i wykonanie projektu

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studenta z metodami i technikami zarządzania projektami
C2	Wykonanie projektu, jego harmonogramowanie i opis

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	absolwent zna i rozumie metody i techniki zarządzania projektami	DKS_K2_W09
W2	absolwent potrafi przygotować projekt i zarządzać nim	DKS_K2_W09, DKS_K2_W14
W3	absolwent potrafi posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu zarządzania projektami	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	absolwent potrafi przygotować projekt i zarządzać nim	DKS_K2_U09
U2	absolwent potrafi absolwent potrafi posługiwać się specjalistyczną terminologią z zakresu zarządzania projektami	DKS_K2_U10, DKS_K2_U12

U3	absolwent potrafi pracować w grupie i kierować zespołem projektowym	DKS_K2_U14
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	absolwent jest gotów zarządzać projektami o dużej wadze społecznej	DKS_K2_K05
K2	absolwent jest gotów do pełnienia funkcji project managera	DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Gry grupowe w zakresie komunikowania w zespole projektowym i grupach interesariuszy	W1, U1, K1
2.	Analiza harmonogramu i narzędzia do harmonogramowania, w tym oprogramowanie, metoda Gantta i Ishikavy	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
3.	Analiza ścieżki krytycznej i narzędzi do tworzenia ścieżki krytycznej, w tym oprogramowanie	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
4.	Analiza czasu i zasobów ludzkich w zarządzaniu projektami, odchylenia od planowanych i wykonanych prac	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
5.	Analiza finansowa w zarządzaniu projektami, odchylenia od planowanych i wykonanych prac w odniesieniu do planowanego i wykonanego budżetu	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
6.	Analiza ryzyka, w tym narzędzia do tworzenia matrycy ryzyk, w tym oprogramowanie, metoda Monte Carlo i diagram Ishikavy	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
7.	Posługiwanie się profesjonalnymi narzędziami i oprogramowaniem w zakresie zarządzania projektami	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
8.	kierowanie zespołem ludzkim	W1, U3, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, burza mózgów, grywalizacja, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie pisemne, projekt	Obecność na 90% i aktywny udział w zajęciach. Wykonanie minimum 70 % zadań projektowych związanych z harmonogramowaniem, ścieżką krytyczną, analizą odchyleń - 50% oceny, a drugie 50% oceny za wykonany projekt na zaliczenie

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
ćwiczenia	30
przygotowanie projektu	40

przygotowanie do sprawdzianu	20
konsultacje	40

Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 130
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia	
	zaliczenie pisemne	projekt
W1	x	x
W2	x	x
W3	x	x
U1	x	x
U2	x	x
U3	x	x
K1	x	x
K2	x	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Wizualizacja informacji

Nazwa przedmiotu Wizualizacja informacji			
Klasyfikacja ISCED Brak kategorii ISCED		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Informatyka techniczna i telekomunikacja	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	rozszerzenie wiedzy na temat semiotyki mediów
C2	określenie zasad wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych
C3	zaprezentowanie nowych praktyk związanych z kodowaniem i dekodowaniem treści medialnych
C4	zapoznanie studentów z narzędziami badania obrazu w mediach
C5	uświadomienie słuchaczom potrzeby krytycznej analizy zawartości mediów

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zasady wizualizacji informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych oraz rozumie ich uzależnienie od stylu komunikacji i kompetencji odbiorców.	DKS_K2_W10
Umiejętności – Student potrafi:		
U1	dokonać analizy semiotycznej zastanych tekstów medialnych, a także wizualizacji nowych materiałów dziennikarskich.	DKS_K2_U10, DKS_K2_U16
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	krytycznej analizy odbieranych przekazów medialnych oraz projektowania skutecznych komunikatów wizualnych.	DKS_K2_K04

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	wizualizacja danych ilościowych i jakościowych	W1, U1, K1
2.	wizualizacja informacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych	W1, U1, K1
3.	okładki prasowe	W1, U1, K1
4.	kodowanie i dekodowanie komunikatów wizualnych	W1, U1, K1
5.	wspólnota interpretacyjna i kompetencje odbiorcze	W1, U1, K1
6.	intertekstualność	W1, U1, K1
7.	praktyczna analiza wizualizacji medialnych	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	obecność na zajęciach (80%), aktywność, pozytywna ocena uzyskana z projektu zaliczeniowego

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30
przygotowanie projektu	90
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia
	zaliczenie na ocenę
W1	x
U1	x
K1	x

UNIWERSYTET JAGIELLOŃSKI W KRAKOWIE

Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej

KARTA OPISU PRZEDMIOTU

Kreacja portfolio i networking

Nazwa przedmiotu Kreacja portfolio i networking			
Klasyfikacja ISCED 0300 Nauki społeczne, dziennikarstwo i informacja nieokreślone dalej		**Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się** zaliczenie	
Kierunek studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna		**Profil studiów** ogólnoakademicki	**Okres** Semestr 4
Ścieżka Produkcja multimedialna i logistyka mediów		**Języki wykładowe** Polski	**Obligatoryjność** fakultatywny
Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30		**Liczba punktów ECTS** 4	
Poziom kształcenia drugiego stopnia	**Forma studiów** studia stacjonarne	**Dyscypliny** Nauki o komunikacji społecznej i mediach	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z tworzeniem materiałów graficznych związanych z promocją marki. Poprawnym ustawieniem narzędzi internetowych służących autopromocji oraz konfiguracją poszczególnych modułów i wtyczek pod konkretne potrzeby. Prezentacja sposobów komunikacji w biznesie.
C2	Przekazanie wiedzy z zakresu tworzenia contentu graficznego, ustawiania i konfiguracji narzędzi używanych w profesjonalnym kreowaniu portfolio. Przybliżenie informacji na temat przeznaczenia przygotowywanych plików - różnica między plikami przygotowywanymi do druku a do wyświetlenia w internecie.
C3	Uświadomienie słuchaczom wagi odpowiedniej prezentacji swoich prac i dokonań w celu odpowiedniego zaistnienia na rynku pracy.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się
Wiedzy – Student zna i rozumie:		
W1	student zna zagadnienia związane z ustawieniem i prowadzeniem swojej własnej domeny. Ma wiedzę na temat najważniejszych informacji związanych z tworzeniem contentu graficznego. Zna podstawowe zasady kompozycji grafik oraz odpowiednich ich dostosowania do medium w którym będą prezentowane. Wie jak posługiwać się narzędziami reklamowymi, dostępnymi w internecie aby odpowiednio wypromować swoją markę. Zna różne formy komunikacji biznesowej w zakresie networkingu.	DKS_K2_W10, DKS_K2_W12, DKS_K2_W13, DKS_K2_W14
Umiejętności – Student potrafi:		

U1	potrafi stworzyć oraz ustawić aplikację internetową, przydatną do procesów rekrutacji. Umie zaprojektować pliki graficzne w różnych formach oraz przygotować je pod potrzeby wyświetlania oraz DTP. Umie wykorzystać odpowiednie media społecznościowe do promocji wybranej marki, w tym także autopromocji. Potrafi tworzyć grafiki pod konkretne media społecznościowe.	DKS_K2_U09, DKS_K2_U10, DKS_K2_U12, DKS_K2_U15
Kompetencji społecznych – Student jest gotów do:		
K1	pracy w grupie, nastawionej na realizację określonego celu. Potrafi sprawnie komunikować się z headhunterami, prezentować swój dorobek oraz prowadzić biznesową komunikację. Przyjmować różne role w danym zespole i dążyć do wypełnienia zadań, które przypadły mu w udziale.	DKS_K2_K05, DKS_K2_K06

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Student zna definicję networkingu. Rozumie znaczenie posiadania odpowiednio przygotowanego portfolio, a także wagę autopromocji na rynku pracy. Wie, jakie są narzędzia używane do produkcji contentu graficznego, poprawnie rozróżnia wymagania niezbędne do wyświetlania plików graficznych oraz ich druku. Rozróżnia typy grafik oraz potrafi dopasować programy, w których te mogą być edytowane. Zna zasady komunikacji biznesowej na rynku pracy. Rozumie znaczenie korzystania z portali dostosowanych do wyszukiwania stanowisk pracy. Poprawnie podaje przykłady mediów społecznościowych niezbędnych do procesów rekrutacji.	W1
2.	Uczestnik zajęć potrafi zastosować w praktyce wszystkie poznane narzędzia do kreacji portfolio. Kompetentnie się nimi posługuje i umie je selekcjonować pod względem celów i rodzaju przygotowywanych prac. Opracowuje i wdraża kampanię związaną z promocją marki. Wykorzystuje techniki kreatywne do przygotowania kampanii i do rozwiązywania problemów w budowaniu swojego narzędzia do prezentacji portfolio.	U1
3.	Podczas zajęć student doskonali swoje kompetencje komunikacyjne i umiejętność pracy w grupie. Rozwija także swoje umiejętności techniczne w zakresie różnych form prezentacji swoich prac. Potrafi sprawnie komunikować się językiem biznesowym oraz prezentować swój dorobek.	K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę, projekt, prezentacja	Zaliczenie na ocenę - obecność na co najmniej 80 proc. zajęć; stworzenie oraz ustawienie strony internetowej w terminie oraz uzyskanie z tego pozytywnej oceny; wykonanie projektów graficznych podczas zajęć.

Bilans punktów ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
konwersatorium	30

przygotowanie projektu	30
przygotowanie prezentacji multimedialnej	15
zbieranie informacji do zadanej pracy	15
przygotowanie do zajęć	15
wykonanie ćwiczeń	15
Łączny nakład pracy studenta	**Liczba godzin** 120
Liczba godzin kontaktowych	**Liczba godzin** 30

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Opis sposobu sprawdzenia osiągnięcia efektów uczenia się

Kod efektu uczenia się dla przedmiotu	Metoda sprawdzenia		
	zaliczenie na ocenę	projekt	prezentacja
W1	x		
U1	x	x	x
K1	x		x