

UNIWERSYTET PAPIESKI JANA PAWŁA II
w Krakowie
31-002 Kraków, ul. Kanonicza 25
tel. 12 421 84 16, faks 12 422 86 26

WYKAZ ZAJĘĆ

Nazwa kierunku studiów: DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

Specjalności:

- edukacja medialna/media relations
- dziennikarstwo 2.0
- public relations
- realizacja radiowo-telewizyjna
- technologia komunikowania i grafika medialna

Poziom studiów: STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA

Profil: PRAKTYCZNY

Forma studiów: NIESTACJONARNA

Załącznik nr 3b do Uchwały nr 123/2019 Senatu UPPiII
z dnia 23 września 2019 r.

1. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. podstawowy, kierunkowy, kształcenia ogólnego)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Filozofia	H			kształcenia ogólnego	40	5	<p>Treść wykładów obejmuje trzy cykle tematyczne:</p> <p>1. Wprowadzenie do filozofii: celem tego cyklu, który ma charakter propedeutyyczny, jest wprowadzenie w podstawowe pojęcia filozoficzne, zasady myślenia filozoficznego oraz podstawy metodologiczne filozofii.</p> <p>2. Wybrane zagadnienia z filozofii systematycznej: celem tego cyklu jest prezentacja podstawowych zagadnień i problemów filozoficznych oraz ukazanie prób ich rozwiązania przez różne nurty i kierunki filozoficzne.</p> <p>3. Filozofia w perspektywie historycznej: celem tego najobszerniejszego cyklu wykładów jest zapoznanie słuchaczy z osiągnięciami i dorobkiem filozofii na przestrzeni dziejów ludzkiej kultury od starożytności, poprzez średniowiecze, czasy nowożytne aż po współczesność.</p> <p>Struktura i problematyka podanych wyżej cykli tematycznych gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi metodologicznych oraz przygotowanie merytoryczne do samodzielnej oceny oraz możliwości rozwiązywania problematyki filozoficznej, etycznej,</p>	<p>D1pK_W05 D1pK_W15 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U18 D1pK_K07 D1pK_K08 D1pK_K16</p>

2.	Sociologia				kształcenia ogólnego	20	3	<p>społecznej w ramach przyszłych zajęć dydaktycznych. Wykłady zawierają przegląd zagadnień filozoficznych w perspektywie historycznej i systematycznej, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki antropologicznej, poznawczej i aksjologicznej. Program ćwiczeń obejmuje dwa cykle tematyczne.</p> <p>I. Cykl pierwszy nawiązuje do treści wykładów z filozofii, których tematyka została podana przy charakterystyce wykładów:</p> <p>II. Cykl drugi obejmuje następującą tematykę:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Prawda wartością i celem poszukiwań człowieka. 2. Człowiek jest istotą tragiczną. 3. Człowiek żyje w świecie wartości. 4. Bóg w życiu człowieka. 5. Być szczęśliwym. 6. Wybierać dobro. 7. Człowiek we wszechświecie. 8. Granice ludzkiej wiedzy. 9. Nadzieja niesmiertelności. 10. Kochaj i czyni, co chcesz. 12. Przyjąć odpowiedzialność za odpowiedzialność. 13. Człowiek jest istotą dialogu. 14. Być tolerancyjnym. 15. Człowiek wobec maszyn. <p>Treści programowe obejmują:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dostarczenie wiedzy o podstawowych pojęciach socjologicznych i rozwoju koncepcji teoretycznych w socjologii. 2. Wykształcenie umiejętności analizy zjawisk i procesów społecznych. 3. Wykształcenie umiejętności 	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U06 D1pK_K01 D1pK_K02
----	------------	--	--	--	-------------------------	----	---	---	--

							postrzeżenia społecznego wymiaru zjawisk i procesów gospodarczych, politycznych i kulturowych (Źródła wiedzy socjologicznej – podstawowe dyktando badacza społecznego; Poziom mikrospołeczny; Działania społeczne; Interakcje; Małe grupy społeczne; Poziom mezospołeczny; Społeczności lokalne; Organizacje; Poziom makrospołeczny; Struktura społeczna; Dawne i współczesne procesy społeczne. Zmiana społeczna).	D1pK_K14
3.	Propedeutyka studiów		P	kształcenia ogólnego	4		Wprowadzenie w system Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie; Zasady funkcjonowania administracji. Nauczanie na poziomie uniwersyteckim. Wymaganie, przepisy, regulaminy oraz prawa i obowiązki studenta Instytutu Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W08 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_U22 D1pK_K07 D1pK_K08 D1pK_K10
4.	Wstęp do teorii państwa			kształcenia ogólnego	10	2	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi naukowej refleksji nad państwem (zagadnienia terminologiczne i definicyjne; natura władzy politycznej i publicznej; państwo a prawo; geneza państwa; jednostka i obywatel, suwerenność, państwo a społeczeństwo obywatelskie; typy, formy i funkcje państwa, zasadnicze przemiany i kierunki rozwoju współczesnego państwa). Po zakończeniu zajęć student dysponuje zasadniczą wiedzą na	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K08 D1pK_K10

							temat państwa postrzeganego zarówno w perspektywie normatywnej jak i deskryptywnej i historycznej.	
5.	Propedeutyka biblijna	H	kształcenia ogólnego	20	3	<p>Celem przedmiotu jest ogólne wprowadzenie w problematykę biblijną, ukazanie historii i zawartości Biblii jako księgi religijnej, korzystającej z ludzkiej kultury i inspirowanej kulturową działalnością człowieka. Podstawowym ukierunkowaniem przedmiotu jest zdobycie przez słuchaczy wiedzy o Piśmie Świętym, z której będą mogli korzystać w osobistej lekturze i która pomoże im w rozmowach z biblistami przede wszystkim w różnego rodzaju wywiadach, a następnie sprawi, że napisane przez nich teksty na temat Biblii nie będą razły ignorancją i nie będą wywoływać sprzeciwu u czytelników uznających Pismo Święte za List Boga do nich sferowanych.</p>	D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_W09 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U18 D1pK_K03 D1pK_K07 D1pK_K08	
6.	Katolicka nauka społeczna	H	kształcenia ogólnego	20	3	<p>Celem jest wypracowanie praktycznej metody obecności katolika w życiu publicznym, zgodnie z metodą: „widzieć – ocenić – działać”. Dotyczy to umiejętności zauważenia istotnego współczesnego problemu społecznego (jakim jest tzw. „błąd antropologiczny” w polityce i życiu ekonomicznym), jak i personalistycznej analizy sytuacji życia rodzinnego, narodowego, politycznego i ekonomicznego zarówno w Polsce, jak i w świecie. Wobec konkretnych zagadnień</p>	D1pK_W07 D1pK_W18 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K11 D1pK_K13 D1pK_K16	

									<p>i problemów społecznych (jak np. globalizacja, sekty, ideologie, nacjonalizmy, cyberseks, cywilizacja informacyjna, mity demokracji, itp.) student powinien umieć zachować pozycję obserwatora, podjąć rolę analityka i aktywnego uczestnika ewentualnej dyskusji.</p>	
7.	Duchowość w relacjach społecznych				20	3	<p>Prezentacja duchowości w różnych relacjach społecznych oraz jej wpływ na osobę i społeczeństwo. Znajomość podstawowych zasad duchowości w jej odniesieniu do kwestii społecznych. Podczas wykładów omawiane będą następujące zagadnienia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Duchowość. 2. Duchowość chrześcijańska. 3. Sześć relacji: 4. Maryja. 5. Nawrócenie – nawrócenia – nawróceni. 6. Świętość. 7. Kapłaństwo. 8. Duchowość małżeństwa i rodziny. 9. Duchowość młodzieży i ŚDM. 10. Muzyka, książki, filmy, obrazy... 11. Prześladowania. 12. Pielgrzymowanie. 13. Kościół i cywilizacja. 14. Europa: święta czy chrześcijańska. 15. Islam/islamizacja. 	<p>D1pK_W01 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K15</p>		
8.	Życie i myśł Jana Pawła II	H			20	3	<p>Treść programowe obejmują zagadnienia takie jak:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Środowisko rodzinne i wychowawcze Karola Wojtyły. 2. Młodość Karola Wojtyły. <p>Dzieciństwo. Środowisko szkolne. Studia polonistyczne.</p>	<p>D1pK_W15 D1pK_W17 D1pK_W20 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05</p>		

						<p>D1pK_K12 D1pK_K15 D1pK_K16</p>
					<p>3. Droga do kapłaństwa. Trudny okres drugiej wojny światowej. Konspiracyjne studia teologiczne. Święcenia kapłańskie. Studia zagraniczne. 4. Posługa duszpasterska ks. dra Karola Wojtyły. Wikary w Niegowici. Posługa duszpasterska w parafii Św. Floriana w Krakowie. Praca naukowa. Twórczość literacka. Turystyczne duszpasterstwo. 5. Nomnacja biskupia i posługa. Konsekracja biskupa pomocniczego. Ks. kard. A. S. Sapieha i ks. abp E. Baziaż wzorem posługi biskupiej. 6. Ks. bp Karol Wojtyła metropolita krakowskim. Posługa duszpasterska. Głoszenie słowa Bożego. Zaangażowanie charytatywne. 7. Pontyfikat Jana Pawła II. Znaczenie pontyfikatu. Nauczanie papieskie. Encykliki. Adhortacje. Listy apostolskie i konstytucje. Szafarz sakrament. Piełgrzymki zagraniczne. Beatyfikacje i kanonizacje. Inicjatywy dobroczynne. 8. Problematyka społeczna w nauczaniu Jana Pawła II. Miejsce zagadnień społecznych w nauczaniu papieskim. Godność osoby ludzkiej i jej prawa. Teologia miłosierdzia. Zasady życia społecznego. Podstawowe formy życia społecznego. Wychowanie i działanie. Pastoralny wymiar nauczania społecznego. 9. Prymat wartości duchowych i znaczenie kultury w życiu</p>	

							społecznym. Pymnat ducha nad materią. Bardziej „być” niż wręcej „mieć”. Znaczenie kultury dla człowieka. Prawo człowieka do tworzenia kultury i udziału w jej owocach. Prawo człowieka do wychowania. Prawo człowieka do wykształcenia.	
9.	Historia Polski XX wieku	H	kształcenia ogólnego	20	3	<p>Student poznaje najważniejsze wydarzenia historii Polski XX wieku, spory o drogę do niepodległości, wysiłek zbrojny podczas obu wojen światowych, walkę o granice, budowę systemu politycznego przed i po zamachu majowym, najważniejsze osiągnięcia dwudziestolecia międzywojennego (życie publiczne, gospodarka, kultura). W zakresie historii po 1945 roku student poznaje okoliczności ustanowienia w Polsce systemu komunistycznego i jego formy za rządów kolejnych i sekretarzy PZPR. Kurs ma dać wiedzę o walce o społeczeństwo obywatelskie w latach 1945-89. W zakresie historii po 1989 roku student poznaje kluczowe przemiany ustrojowe, gospodarcze i społeczne stanowiące o obliczu współczesnej Polski.</p>	<p>D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W05 D1pK_U02 D1pK_U08 D1pK_U13 D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K10</p>	
10.	Współczesne systemy polityczne		kształcenia ogólnego	20	3	<p>Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów w zagadnienia funkcjonowania współczesnych demokratycznych systemów politycznych. Student zna i rozumie zasadnicze kierunki przemian i tendencje rozwoju współczesnych państw (władza ustawodawcza i wykonawcza, systemy wyborcze, grupy interesu,</p>	<p>D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K06</p>	

							<p>sądowa kontrola konstytucyjności prawa). Prezentowane są zachodnie systemy w aspekcie analizy porównawczej oraz konkretne instytucje i procesy polityczne współczesnego świata.</p>	
11.	Metodologia informacji i badań naukowych		P	kształcenia ogólnego	10	1	<p>Zapoznanie słuchaczy z podstawową terminologią z zakresu metodologii badań oraz zasadami konstruowania projektu badawczego. Treści kształcenia obejmują definiowanie nauki, metody naukowej, podejść do "uprawiania nauki", podział nauk, etapy postępowania badawczego, zagadnienie badań naukowych, teorii naukowej oraz charakterystykę wybranych metod i technik badawczych, a także problemy z prowadzeniem badań społecznych i medialnych.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K05</p>
12.	Psychologia społeczna			kształcenia ogólnego	20	3	<p>Zapoznanie studentów z podstawowymi informacjami na temat funkcjonowania człowieka w sytuacji społecznej. Zagadnienia: 1. Psychologia jako nauka: definicja psychologii i status metodologiczny (przedmiot, cel, metody). 2. Psychologia społeczna: definicja i metody stosowane w psychologii społecznej. 3. Główne podejścia teoretyczne w psychologii społecznej: perspektywa poznawcza (teoria pola Lewina, teoria ról społecznych Jamesa, Baldwina, Maeda, Halla, teoria dysonansu poznawczego Festingera, teoria równowagi jednostek poznawczych Heidera), perspektywa motywacyjna (Freud: mechanizmy obronne racjonalizacja</p>	<p>D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W15 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K07 D1pK_K10 D1pK_K11</p>

				kształcenia ogólnego	20	3	<p>i identyfikacja), perspektywa teorii uczenia się (Pawłow, Thorndike, Skinner: warunkowania), perspektywa społeczno-kulturowa, perspektywa ewolucjonistyczna (etologia i socjologia – Wilson).</p> <p>4. Wiedza i sądy o świecie społecznym: reprezentacje wiedzy w umyśle (Pavlov, Piylshyn, Kosslyn, Johnson-Laird), pojęcia, schematy poznawcze, skrypty poznawcze: umysłowe reprezentacje emocji, funkcje emocji.</p> <p>5. Teorie atrybucji: teoria Heidera, teoria Jonesa i Davisa, teoria Kelleya, podstawowe błędy atrybucji.</p> <p>6. Postawy: definicje postawy, geneza, struktura i funkcje postaw.</p> <p>7. Altruizm: podejście behawioralne, psychoanalityczne, poznawcze i humanistyczne.</p> <p>8. Agresja: jako instynkt, jako popęd, jako rezultat uczenia się, wyznaczniki agresji.</p> <p>9. Grupa społeczna: definicja i cel grupy, normy grupowe, struktury grupowe, kierownictwo grupowe.</p> <p>10. Wychowanie, manipulacja, integracja.</p>	<p>Treści programowe obejmują zagadnienia takie jak:</p> <p>1. Wprowadzenie – podstawowe pojęcia i przedmiot ekonomii, współczesne systemy społeczno-gospodarcze, główne nurty współczesnej ekonomii.</p> <p>2. Gospodarka towarowa. Towar i jego właściwości.</p> <p>3. Analiza rynku: popyt i krzywa popytu, podaż i krzywa podaży,</p>
13.	Wybrane elementy ekonomii						<p>D1pK_W11 D1pK_W12 D1pK_W21 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_U21 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K06</p>	

				kierunkowy	20	3	<p>relacje między ceną, popytem i podażą, równowaga rynkowa, cena równowagi.</p> <p>4. Przedsiębiorstwo jego istota i rodzaje ze względu na różne kryteria.</p> <p>5. Teoria produkcji i kosztów.</p> <p>6. Rynek finansowy: struktura rynku finansowego, rynek pieniężny, rynek kapitałowy, rola pośredników finansowych.</p> <p>7. Rozwój zrównoważony – istota, uwarunkowania; stopień wdrażania we współczesnym świecie.</p> <p>8. Główne kategorie i pojęcia makroekonomii: produkt krajowy brutto PKB i dochód narodowy (DN), rachunek PKB i DN.</p> <p>9. Rola państwa w gospodarce rynkowej. Budżet państwa.</p> <p>10. Wzrost i rozwój gospodarczy, czynniki przyspieszające tempo wzrostu oraz bariery.</p> <p>11. Równowaga gospodarcza. Cykl koniunkturalny – porównanie cyklu klasycznego i jego zmian po II wojnie światowej.</p> <p>12. Proces inflacji – istota, przyczyny, rodzaje i możliwości ograniczania.</p> <p>13. Rynek pracy, systemy płac.</p> <p>14. Bezrobocie – jego przyczyny, rodzaje, możliwości ograniczania.</p> <p>15. Proces integracji gospodarczej w świecie ze szczególnym uwzględnieniem Europy.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W10 D1pK_W20 D1pK_U01</p>
14.	Media w nauczaniu Kościoła							

							<p>summą przedsoborowego nauczania o mediach.</p> <p>2. Teologia mass mediów na podstawie instrukcji duszpasterskich: <i>Communio et progressio</i> (23 V 1971) i <i>Aetatis nova</i> (22 II 1992).</p> <p>3. Kino – "przeżyłce religijne", na podstawie: <i>Ateistyczne urojenie</i>: https://www.youtube.com/watch?v=Vxq-9nUL-fc.</p> <p>4. Dekret <i>Inter Mirifica</i> o środkach społecznego przekazu zatwierdzony na Soborze Watykańskim II (1962-1963) – dzieło Ducha Świętego podjętym przez Jana XXIII.</p> <p>5. Dzień Środków Społecznego Przekazu (1967-) zainicjowany przez Pawła VI kontynuatora <i>Vaticannum II</i>.</p> <p>6. Nauczanie Jana Pawła II zwieńczone medialnym "testamentem" o Internecie – <i>Szybki rozwój</i>.</p> <p>7. Fenomen medialny pontyfikatu św. Jana Pawła II – dziennikarza w okresie krakowskim (zasady i prymaty zrekonstruowane w latach 1949–1978).</p> <p>8. Nauczanie Benedykta XVI o prymacie etyki nad techniką w infosferze.</p> <p>9. Papież Franciszek do dziennikarzy o hermeneutyce: "Mówię to, by wam pomóc" (13.07.2015).</p> <p>10. Dokumenty i działalność Papieżkiej (Komisji) Rady ds. Środków Przekazu.</p> <p>11. Normy Kodeksu Prawa Kanonicznego dot. mediów (kan.</p>	<p>D1pK_U19</p> <p>D1pK_K01</p> <p>D1pK_K10</p> <p>D1pK_K12</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							<p>666, 747, 761, 779, 804, 822-823, 1063, 1369), 12. Natura mediów według Katechizmu Kościoła Katolickiego (pkt. 2493-2499), 13. Media katolickie "znaki czasu" (ingerencja Ducha Świętego w dzieje ludzkości) – terminologia, cel i zadania oraz cechy szczególne. 14. Polskie i światowe media katolickie, czyli przekaz wiary za pośrednictwem techniki i współczesnej kultury – w oczach studentów UPPiI w Krakowie. 15. Profesja dziennikarza: zawód czy misja?</p>	
15.	Kultura języka	H	P	kierunkowy	20	3	<p>Zapoznanie studentów z podstawowymi dla kultury języka terminami (kultura języka, norma językowa, system językowy, kompetencja językowa, kompetencja komunikacyjna, innowacja językowa, błąd językowy), a także wyposażenie ich w podstawową wiedzę i umiejętności pozwalające na własną ocenę zjawisk językowych w kontekście obowiązującej normy. Uwrażliwienie słuchaczy na poprawność i piękno języka polskiego i zachęcenie ich do samokształcenia się w sprawach polszczyzny. Treści programowe obejmują zagadnienia takie jak: 1. Kultura języka jako część ogólnej kultury człowieka. 2. Kultura języka jako część świadomości człowieka nt. roli języka polskiego. 3. Kultura języka w ujęciu opisowym, normatywnym,</p>	<p>D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_U11 D1pK_U17 D1pK_U20 D1pK_U24 D1pK_K05 D1pK_K08</p>

						<p>terminologiczno-językoznawczym.</p> <p>4. Kultura języka jako działalność językowokulturalna (ustalenie i opis normy, polityka językowa i pedagogika językowa, czyli udzielanie porad językowych i ocena normatywna elementów tekstów).</p> <p>5. Dwa poziomy normy językowej (norma wzorcowa i norma użytkowa).</p> <p>6. Najczęstsze typy błędów językowych, mechanizmy ich powstawania i sposoby eliminowania.</p> <p>7. Rozpoznawanie i korekta błędów językowych, poprawność artykulacyjna, fleksyjna i składniowa, leksykalna i frazeologiczna, stylistyczna, ortograficzna i interpunkcyjna).</p> <p>8. Kryteria poprawności językowej.</p> <p>9. Odmiany i style współczesnej polszczyzny.</p> <p>10. Jakość współczesnej polszczyzny w tekstach dziennikarskich (analiza poprawnościowa).</p> <p>11. Dlaczego dziennikarz musi znać bardzo dobrze język polskim, którym się posługuje w pracy.</p>	
16.	Gatunki dziennikarskie	P	kierunkowy	40	5	<p>Celem zajęć jest nabywanie umiejętności rozpoznawania i stosowania gatunków dziennikarskich, dostosowania formy językowej do najpełniejszego i najlepszego przedstawienia tematu, operowania indywidualnym stylem w ramach formy dziennikarskiej.</p> <p>Przedstawione zostaną definicje,</p>	<p>D1pK_W06</p> <p>D1pK_W14</p> <p>D1pK_W19</p> <p>D1pK_U09</p> <p>D1pK_U12</p> <p>D1pK_K01</p> <p>D1pK_K02</p>

						typologia, historia rodzajów i gatunków dziennikarskich oraz charakterystyka gatunków w obrębie podziału na informację i publicystykę. Wskazana zostanie przydatność teoretycznej wiedzy na ten temat w praktyce dziennikarskiej. Omówione zostaną wyznaczniki prasowości i medialności. Zajęcia uzupełni analiza tekstów i ich ocena oraz ćwiczenia praktycznego tworzenia różnych form gatunkowych.	
17.	Historia mediów w Polsce i na świecie		Kierunkowy	40	5	Zaznajomienie z fazami rozwoju mediów i ich przeobrażeń tak na przestrzeni dziejów, jak i w kontekście zjawisk społecznych. Zdobyć umiejętność opisu kształtowania kultury medialnej oraz rozwoju sposobów komunikowania się ludzi poprzez różnego rodzaju media w ujęciu historycznym. W wyniku przeprowadzonych zajęć student identyfikuje fazy historyczne rozwoju mediów, nazywa i definiuje komunikaty i epoki historyczne związane z komunikowaniem się człowieka. Definiuje poszczególne media i nazywa odpowiednio rodzaje gatunków przekazu w poszczególnych rodzajach medialnych. Ma podstawową wiedzę o charakterze nauk o mediach, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk. Ma wiedzę o człowieku jako podmiocie działań komunikacyjnych, mających na celu tworzenie więzi społecznych, budowania wspólnoty, organizowanie struktur	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W11 D1pK_U07 D1pK_U11 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K08

						komunikowania społecznego; ma wiedzę w zakresie podstawowych społecznych struktur komunikowania oraz zna działania i funkcjonowanie człowieka w instytucjach komunikowania społecznego. Student porządkuje wiedzę historii mediów w kontekście ogólnej historii, rozwija znajomość istotnych dla dziennikarza zmian cywilizacyjnych w kontekście medialnym. Umie krytycznie spojrzeć na proces wytworzenia komunikatów medialnych.	
18.	Medialne technologie informacyjne	P	Kierunkowy	20	3	Celem przedmiotu jest przekazanie niezbędnych wiadomości o współczesnych technikach informacyjnych. Przedstawione zostaną zagadnienia związane z komunikowaniem się przy użyciu sieci internet. Zaprezentowane zostaną zasady korzystania z komputerowych katalogów bibliotecznych, elektronicznych baz danych i bibliotek on-line. Kurs ma za zadanie przekazanie praktycznych umiejętności obsługi programów typu: edytor tekstów (na przykładzie Microsoft Word), arkusz kalkulacyjny (na przykładzie Microsoft Excel), program do tworzenia prezentacji multimedialnych (na przykładzie Microsoft PowerPoint). Zaprezentowane zostaną również programy do tworzenia baz danych (Microsoft Access) oraz programy graficzne (pakiet CorelDraw Graphic Suite X3). W ramach ćwiczeń student	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U11 D1pK_U12 D1pK_U13 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K09

								<p>zaznajomi się z zagadnieniami:</p> <p>I. Internet – historia i teraźniejszość. Społeczeństwo informacyjne.</p> <p>1. Wyszukiwarki internetowe na przykładzie http://www.google.com – jak znaleźć to, czego się szuka.</p> <p>2. Wyszukiwanie w grupach dyskusyjnych, forach internetowych.</p> <p>3. Korzystanie z komputerowego katalogu biblioteki na przykładzie Biblioteki Jagiellońskiej;</p> <p>4. Podstawowe bazy danych pomocne w badaniach naukowych (EBSCO, Library of Congress, Crossro-ads, Questia itp.).</p> <p>II. Praca z edytorem tekstu na przykładzie Microsoft Word:</p> <p>1. Tworzenie nowego dokumentu, praca z szablonami, podstawowe funkcje. Praca ze stylami, tworzenie list numerowanych. Praca z sekcjami, nagłówki i stopki.</p> <p>2. Komentowanie, wstawianie obiektów, formatowanie rysunków, spis rysunków, wstawianie symboli. Tabele, zakładki, hiperłącza.</p> <p>III. Praca z arkuszami kalkulacyjnymi na przykładzie programu Microsoft Excel:</p> <p>1. Budowa i zasady poruszania się po arkuszu. Rodzaje danych. Podstawowe komendy i funkcje arkusza, operacje na tabelach. Wykonywanie obliczeń.</p> <p>Podstawowe operacje na danych (dodawanie, odejmowanie, mnożenie, dzielenie, potęgowanie).</p> <p>2. Adresowanie względne i bezwzględne formuł. Graficzna</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

						prezentacja danych z arkusza. Funkcje statystyczne: SUMA, ŚREDNIA, MAX, MIN, LICZ, JEZELI itp. ich działanie i składnia. Funkcje warunkowe: JEZELI, ORAZ, LUB. IV. Przygotowywanie prezentacji na przykładzie Microsoft PowerPoint: 1. Tworzenie prezentacji: slajdy, podstawowe elementy tekstowe i graficzne, wstawianie wykresów, tabel, tworzenie schematów, animacje, wstawianie elementów multimedialnych. Schematy slajdów. Tworzenie prezentacji przenośnych. V. Bazy danych na przykładzie programu Microsoft Access. VI. Programy graficzne na przykładzie pakietu CorelDraw Graphic Suite X5.	
19.	Wstęp do nauki o komunikowaniu		kierunkowy	40	5	Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami z zakresu nauki o komunikowaniu. Zapoznanie studentów z koncepcjami i najważniejszymi nurtami współczesnej nauki o komunikowaniu oraz nauki o mediach. Przekazanie wiedzy z zakresu komunikowania interpersonalnego, komunikowania w grupie, komunikowania masowego. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują: pojęcie komunikacji; cechy komunikowania; podstawowe typologie komunikowania; pojęcie i rodzaje komunikowania społecznego, elementy procesu komunikowania – nadawca, odbiorca, komunikat, kontekst; elementy procesu	D1pK_W01 D1pK_W14 D1pK_W18 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U13 D1pK_K01 D1pK_K07 D1pK_K10

							<p>komunikowania _kod, kanał, szumny komunikacyjne, sprzężenie zwrotne; poziomy komunikowania – charakterystyka; fazy procesu komunikowania, kodowanie, dekodowanie (konotacja, denotacja); kompetencje językowe; kompetencje komunikacyjne; skuteczność i stosowność komunikowania; komunikowanie informacyjne; komunikowanie perswazyjne; komunikowanie werbalne (mowa, pismo); komunikowanie niewerbalne – wprowadzenie.</p>	
20.	Retoryka dziennikarska		P	kielunkowy	20	3	<p>1. Poznanie werbalnych i niewerbalnych środków komunikacji. 2. Opanowanie organizacji tekstu pisanego i mówionego (wygłaszanego). 3. Zaznajomienie z etyką mówienia (wypowiedzi), w tym przede wszystkim stosownością, skutecznością, uczciwością, etykietą językową. 4. Rozwijanie świadomego i krytycznego odbioru tekstów dziennikarskich. 5. Stosowanie etykiety językowej. 6. Praca redakcyjna z tekstem własnym i cudzym. 7. Rzeczelne i skuteczne uczestniczenie w dialogu, polemice, negocjacjach, etyka mówienia. 8. Próby wystąpień publicznych (np. przemawianie, prezentowanie serwisu informacyjnego, wygłaszanie referatów, świadome posługiwanie się gestykulacją i mimiką).</p>	<p>D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U19 D1pK_U20 D1pK_K01 D1pK_K07 D1pK_K12</p>

21.	Warsztaty DTP	H	P	Kierunkowy	10	2	<p>Zajęcia mają na celu zapewnienie studentom podstawowej wiedzy na temat sposobów i technik przygotowywania różnego rodzaju publikacji, niekoniecznie tylko papierowych, bo przecież te same lub bardzo podobne zasady co przy druku obowiązują np. przy przygotowywaniu publikacji elektronicznych (strony www, multimedia). Dodatkowo przewidziane są informacje na temat szerszego wykorzystania komputera jako elementu warsztatu dziennikarskiego (wyszukiwanie i weryfikacja informacji, własne strony www, blogi itp.).</p> <p>Zagadnienia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy projektowania (makieta – layout) – zagadnienia techniczne i estetyczne. 2. Organizacja pracy wydawnictwa redakcji i studia graficznego. 3. Uwagi na temat doboru sprzętu i oprogramowania. 4. Przygotowywanie tekstów do druku (redakcja, korekty, obróbka wstępna, skład i lamante). 5. Zasady dobrego składu vs. zestawienie najpowszechniejszych błędów. 6. Praca z tekstami wielojęzycznymi, specjalistycznymi itp. 7. Elementy typografii (rodzaje czcionek). 8. Grafika wektorowa i rastrowa (przede wszystkim 2D). 9. Formaty plików graficznych (Jpg, tiff, eps). 	<p>D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_W19 D1pK_U07 D1pK_U09 D1pK_U16 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K14</p>
-----	---------------	---	---	------------	----	---	---	---

					20	3	<p>10. Przestrzenie kolorystyczne CMYK i RGB. 11. Zasady tworzenia publikacji tekstowo-graficznych (zreniosło i „artyzm”). 12. Postscript i pdf (Acrobat Distiller i Reader). 13. Montaż elektroniczny, prepress, CTP. 14. Techniki druku tradycyjnego i cyfrowego, w tym aspekty ekonomiczne.</p>	
22.	Źródła informacji dziennikarskiej		P	kierunkowy	20	3	<p>1. Znaczenie umiejętności dotarcia do źródeł informacji i ich wykorzystania w pracy dziennikarza. 2. Dziennikarz jako odbiorca i (wórn) źródło informacji. 3. Zdefiniowanie pojęcia: „źródło informacji”. 4. Klasyfikacja źródeł informacji. 5. Wywiad jako podstawowe źródło informacji w pracy dziennikarza. 6. Zasady doboru rozmówców, techniki pozyskiwania informacji. 7. Konferencja prasowa jako źródło informacji dziennikarskiej, jej organizacja, wady i zalety. 8. Internet jako źródło informacji: wyszukiwarki internetowe, encyklopedie internetowe, zasada ograniczonego zaufania do internetowych źródeł informacji. 9. Zasoby biblioteczne, posługiwanie się informacją bibliograficzną, różnego rodzaju informatorów, wydawnictw encyklopedycznych, roczników statystycznych, kompendiów, baz danych. 10. Problem aktualności danych.</p>	<p>D1pK_W03 D1pK_W10 D1pK_W22 D1pK_U07 D1pK_U09 D1pK_U15 D1pK_K03 D1pK_K11 D1pK_K15</p>

23.	Warsztaty dziennikarstwa prasowego		P	kierunkowy	20	2	<p>11. Agencje prasowe i media (radio, telewizja, czasopisma, prasa codzienna) jako źródła informacji dla dziennikarza.</p> <p>12. Źródła informacji historycznej: materiały IPN, zasoby archiwów państwowych, muzea.</p> <p>13. Biuletyn Informacji Publicznej.</p> <p>14. Źródła informacji w pracy reportera: obserwacja, obserwacja uczestnicząca.</p> <p>15. Reportaż wcieleniowy; prowokacja dziennikarska.</p> <p>16. Źródła informacji w pracy dziennikarza działu miejskiego: rzecznicy prasowi, policja, prokuratura, służby komunalne, informacje od czytelników itp.; nieformalne źródła informacji (anonimny).</p> <p>17. Prawne i etyczne problemy, związane z uzyskiwaniem dostępu i korzystaniem ze źródeł informacji; prawo prasowe, kodeksy etyki dziennikarskiej.</p> <p>18. Zasada ochrony informatora w teorii i praktyce ograniczenia w dostępie do źródeł informacji; różnego rodzaju definiowane prawnie rodzaje tajemnic.</p> <p>19. Historyczna rola cenzury jako bariery w dostępie i wykorzystywaniu źródeł informacji.</p> <p>20. Weryfikacja informacji; zagrożenie manipulacją (informacja sterowana).</p>	<p>D1pK_W06</p> <p>D1pK_W13</p> <p>D1pK_W14</p>
23.	Warsztaty dziennikarstwa prasowego		P	kierunkowy	20	2	<p>Treść zajęć obejmuje zapoznanie studentów z zasadami pracy dziennikarza prasowego. Opracowanie tekstów</p>	<p>D1pK_W06</p> <p>D1pK_W13</p> <p>D1pK_W14</p>

			P	kierunkowy	20	2	<p>i przygotowanie roboczej makiety czasopisma (w Issuu). Zagadnienia poruszane podczas zajęć:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Struktura redakcji prasowej; 2. Tematy ważne i zastępcze w mediach. 3. Inaczej o tym, co już było – oryginalność ujęcia tematu. 4. Jak przygotować reportaż prasowy (tytuł, tekst, zdjęcia). 5. Detal, zbliżenie, portret – emocje na zdjęciu. Różnicowanie planów w fotoreportażu. Zasady rozmieszczania zdjęć w czasopiśmie (kierunki, plany). Przykłady. 6. Felieton. Żart w publicystyce. Zarządzanie emocjami w przekazach prasowych. 7. „Zemsta Białza” / „Zawodowcy w Sieci. Magazyn kowców Trolli” – czasopismo satyryczne. Opracowanie zawartości jednego numeru (stałe działy, grafika, komiks, żarty rysunkowe, felietony humorystyczne, dowcipy obyczajowe i polityczne). 8. Omówienie czasopisma przygotowanego przez studentów. 	<p>D1pK_U08 D1pK_U10 D1pK_U21 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K12</p>
24.	Warsztaty dziennikarstwa radiowego						<p>Po ukończeniu warsztatów dziennikarstwa radiowego student powinien wykazać się podstawowymi umiejętnościami technicznymi w zakresie obsługi sprzętu, montowania materiałów dźwiękowych, konstruowania informacji i budowy najważniejszych form radiowych: serwisu, wywiadu, reportażu, audycji. Praktyczne zajęcia przygotowują studenta do samodzielnej pracy nad</p>	<p>D1pK_W06 D1pK_W14 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U10 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K10 D1pK_K12</p>

				kielunskowy	20	3	<p>dokumentacją merytoryczną, realizacją i organizacją materiału dźwiękowego takich gatunków radiowych jak: serwis informacyjny, publicystyka społeczna, polityczna i kulturalna, wywiad, reportaż radiowy, audycja dokumentalna, a także dyskusja w studio. Uczestnik zajęć zapozna się z funkcjonowaniem redakcji radiowej, sposobami zdobywania i selekcji informacji, doboru rozmówców, koniecznością dbałości o atrakcyjność przekazu, jego poprawność merytoryczną i językową oraz działania pod presją czasu. Celem warsztatów jest także poznanie specyfiki pracy reportera radiowego, prezentera i serwisanta. Zajęcia uczą także twórczego myślenia, dźwiękowej realizacji pomysłów na temat audycji oraz pracy zespołowej. Po ukończeniu warsztatów student będzie znał zasady pracy z mikrofonem, emisji głosu oraz zachowania się w studio radiowym. W programie warsztatów przewidziana jest także wizyta w redakcji Radia VOX FM i dyskusja na temat kształtu radiofonii katolickiej w Polsce.</p>	<p>D1pK_W02 D1pK_W07 D1pK_W09 D1pK_U01 D1pK_U03 D1pK_U05 D1pK_K01 D1pK_K03</p>
25.	Współczesne media na świecie						<p>Kurs „Współczesne media na świecie” obejmie omówienie problematyki środków masowego komunikowania, tj. prasy drukowanej, radiofonii oraz telewizji w wybranych krajach. Celem kursu jest zapoznanie studentów z kształtem współczesnych systemów medialnych, ich charakterystyką,</p>	

							<p>D1pk_K08</p>
					<p>rozwiązania w dziedzinie mediów publicznych oraz najważniejszych (w odniesieniu do każdego z omawianych państw) instytucjami medialnymi, tytułami prasowymi, ogłoszeniami radiowymi i stacjami telewizyjnymi. Każde zajęcia dotyczyć będą innego kraju, co umożliwić ma kompleksowe i spójne omówienie współczesnych środków przekazu w każdym z nich. Na wstępie przedstawione zostanie zagadnienie narzędzi komunikowania międzynarodowego. Oznacza to omówienie najważniejszych, międzynarodowych instytucji związanych z mediami masowymi: światowych agencji informacyjnych, międzynarodowych rozgłośni radiowych oraz globalnych sieci telewizyjnych, jak również omówienie zjawiska łączności satelitarnej. W dalszej kolejności poruszona zostanie tematyka systemów mediów publicznych, jak i najważniejszych mediów prywatnych (komercyjnych) w wybranych państwach. Będą to kolejno: Stany Zjednoczone, Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Włochy, Hiszpania, Szwecja, Norwegia. Jedne z zajęć poświęcone zostaną także problematyce cyfryzacji mediów w Europie i zmianom, jakie dla mediów masowych niesie ze sobą rozpowszechnianie Internetu. W wyniku ukończenia kursu „Współczesne media na świecie” studenci zdobędą wiedzę dotyczącą</p>		

				kierunkowy	20	3	<p>rynków medialnych w krajach będących tematami wykładów. Ponadto będą oni potrafili opisać i scharakteryzować media działające w poszczególnych państwach, w tym najważniejsze tytuły prasowe, stacje radiowe i telewizyjne. Prócz tego, studenci nabydą wiedzę umożliwiającą im dokonanie porównania funkcjonowania w wybranych krajach mediów publicznych oraz dotyczących tychże mediów rozwiązań systemowych (instytucji kontrolnych, zadań mediów publicznych, uzależnienia mediów publicznych od władzy etc.).</p>	
26.	Podstawy public relations						<p>Celem zajęć jest szczegółowe zapoznanie studentów z poszczególnymi teoriami dotyczącymi pojęcia głównego oraz pojęć szczegółowych dotyczących public relations. W dalszym ciągu celem pokrewnym jest zapoznanie studentów z zagadnieniami składającymi się na szerokie spectrum działań związanych z budowaniem relacji z otoczeniem. Po wstępnych zajęciach związanych z blokiem teoretycznym nastąpi zapoznanie studentów z praktycznymi aspektami wykorzystania metod, technik i narzędzi PR w praktyce branżowej. Ostatecznie celem nadrzędnym będzie zaznajomienie słuchaczy z wiedzą na temat samodzielnego realizacji kampanii MR, kampanii wizerunkowych, eventów i innych określanych ogólnie mianem public relations. Po</p>	<p>D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U04 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K05 D1pK_K07 D1pK_K14</p>

						ukończeniu kursu słuchacz z łatwością będzie umiał zdefiniować podstawowe pojęcia z zakresu PR, ale przede wszystkim nie tylko w teorii, ale i w praktyce będzie umiał się nimi posługiwać i wdrażać je w praktyce zawodowej.	
27.	Podstawy promocji, reklamy i marketingu		kiernukowy	20	3	<p>Celami modułu jest przyswojenie przez studentów podstawowej wiedzy o zjawiskach marketingu, w szczególności o zjawisku reklamy, jako najważniejszej formie perswazyjnej komunikacji rynkowej. Ponadto zapoznanie studentów ze specyfiką marketingowego podejścia do działalności rynkowej, celami, funkcjami i zadaniami reklamy, nauczanie studentów stosowania podstawowego schematu opracowywania kampanii reklamowej; poznanie przez studentów mechanizmów oddziaływania reklam na konsumentów. Ponadto celem zajęć jest także wskazanie i uczulenie studentów na istotność etycznego postępowania w kontekście działalności promocyjnej oraz wskazanie najważniejszych regulacji prawnych odnoszących się do działalności reklamowej w Polsce. Ponadto część zajęć poświęcona będzie na omówienie i dyskusję nad wybranym, szczególnym typem marketingu i reklamy: marketingiem politycznym i reklama polityczną.</p>	D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W20 D1pK_U06 D1pK_U13 D1pK_U20 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K14
28.	Stylistyka dziennikarska		P kiernukowy	20	3	<p>Treści wykładów obejmują: 1. Zaznajomienie z podstawami stylistyki.</p>	D1pK_W13 D1pK_W14

						<p>2. Nabycie umiejętności pozwalających znaleźć się w różnych sytuacjach komunikacyjnych.</p> <p>3. Wykształcenie stosownych postaw wobec zjawisk językowych różnej natury oraz umiejętności działań językowych dla osiągnięcia odpowiednich skutków praktycznych.</p> <p>4. Kształcenie umiejętności formułowania myśli i przekazywania ich innym.</p> <p>5. Poznanie sposobów wywierania wpływu.</p> <p>6. Wytworzenie określonych umiejętności zachowań językowych; sytuacje dialogu, monologu; sytuacje oficjalne i nieoficjalne; kontakt bezpośredni i pośredni.</p> <p>7. Uwrażliwienie na relacje tekstowe w określonym kontekście (otoczenie kontekstowe zależne od nadawcy – kreatora sytuacji).</p>	<p>D1pK_W19</p> <p>D1pK_U08</p> <p>D1pK_U19</p> <p>D1pK_U20</p> <p>D1pK_K02</p> <p>D1pK_K07</p> <p>D1pK_K12</p>
29.	Warsztaty dziennikarstwa telewizyjnego	P	kiernukowy	20	2	<p>Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do pracy z zawodowym operatorem kamery i montażystą. Umiejętność redagowania swoich pomysłów na własny program telewizyjny (eksplicja i scenariusz).</p> <p>Umiejętność posługiwania się podstawowymi terminami realizacji telewizyjnej. Nagranie zapowiedzi autorskiego programu telewizyjnego oraz rozmowy z gościem w studiu. Zagadnienia poruszane podczas zajęć:</p> <p>1. Podstawowe terminy dziennikarstwa telewizyjnego.</p>	<p>D1pK_W01</p> <p>D1pK_W06</p> <p>D1pK_W07</p> <p>D1pK_U07</p> <p>D1pK_U08</p> <p>D1pK_U09</p> <p>D1pK_K09</p> <p>D1pK_K10</p> <p>D1pK_K13</p>

30.	Warsztaty dziennikarstwa internetowego		P	kierunkowy	20	2	<p>2. Zasady pracy ekipy na planie filmowym i w studiu telewizyjnym.</p> <p>3. Wizualizacja tematu.</p> <p>4. Dokumentacja programu.</p> <p>5. Eksplikacja i scenariusz.</p> <p>6. Sztuka zadawania pytań.</p> <p>7. Jak pisać komentarze i "białą" do studia?</p> <p>8. Materiały ilustracyjne w programie (grafika, filmy, zdjęć).</p> <p>9. Przygotowanie do montażu. Syntetyzer programu.</p> <p>10. Mowa ciała i podstawa wiraz.</p> <p>11. Nagranie zapowiedzi autorskiego programu w studiu.</p> <p>12. Rozmowy w studiu z zaproszonym gościem - nagranie.</p> <p>13. Nagranie czołówki i montaż programów wcześniej nagranych.</p> <p>14. Omówienie ćwiczeń w studiu.</p> <p>15. Obsługa promitera. Ćwiczenia dykcji i prezentacji przed kamerą.</p> <p>Przedstawienie studentom w jak najpełniejszy sposób najbardziej współczesnego gatunku dziennikarskiego, jakim jest dziennikarstwo internetowe, wraz z praktyczną prezentacją metod działania dziennikarza/redaktora internetowego. Zaznajomienie studentów z zagadnieniami:</p> <p>1. Co to jest dziennikarstwo internetowe? Czym się różni od innych gatunków dziennikarstwa? Wprowadzenie do tematu.</p> <p>2. Co trzeba wiedzieć o przeszłości internetu, wortalu, portalu, blogów - czyli krótka historia dziennikarstwa internetowego.</p> <p>3. Prawo w internecie: zagrożenia</p>	<p>D1pK_W01</p> <p>D1pK_W06</p> <p>D1pK_W07</p> <p>D1pK_U14</p> <p>D1pK_U15</p> <p>D1pK_U16</p> <p>D1pK_K10</p> <p>D1pK_K13</p> <p>D1pK_K14</p>
-----	--	--	---	------------	----	---	--	---

					kierunkowy	30	4	<p>dla użytkownika i dla twórcy treści internetowych.</p> <p>4. Reklama i produkty reklamowe, czyli z czego żyje internet?</p> <p>5. Redagowanie tekstów do internetu – sposób prezentowania – nawigacja.</p> <p>6. Sposoby dziennikarskiego wyrazu w sieci: news, relacja internetowa, fotka, dźwięk, newsletter, RSS.</p> <p>7. Blogi, weblogi, fora i serwisy dziennikarstwa obywatelskiego – dziennikarstwo czy nie?</p> <p>8. Przygotowujemy newsa – z agencji polskiej i zagranicznej. Przykłady pozycjonowania newsów.</p> <p>9. Źródła, z których korzysta dziennikarz internetowy. Stylebook. Netyketa.</p> <p>10. Co to jest internetowe forum i po co ono dziennikarzowi internetowemu?</p> <p>11. Czateria to nie tylko czatowanie, ale też wirtualna społeczność.</p> <p>12. Internetowe dziennikarstwo obywatelskie – jak zostać znanym dziennikarzem? Praktycznie.</p> <p>13. Gdy coś się dzieje ekstra – logika tworzenia raportów specjalnych.</p> <p>14. Tworzymy prawdziwego newsa internetowego – ćwiczenia praktyczne.</p> <p>15. Logika i metodyka tworzenia stron internetowych, serwisów, portali i portali.</p>	<p>D1pK_W02 D1pK_W09 D1pK_W10 D1pK_U03</p>
31.	Prawo prasowe							<p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi aktami ustawodawczymi obowiązującymi w Polsce, m.in. z prawem prasowym, ustawa o radiofonii</p>	

						<p>i telewizji, ustawą o dostępie do informacji publicznej. Student powinien poznać podstawowe instytucje i zasady istniejące w polskim prawodawstwie medialnym oraz wiedzieć jakie ograniczenia funkcjonują w zakresie wolności prasy i środków społecznego przekazu, aby móc ocenić prawidłowość własnego postępowania. Na zajęciach zostanie uwzględnione nie tylko orzecznictwo polskie, ale również Europejskiego Trybunału Praw Człowieka. Studenci będą poznawać jak zakłada się dzienniki i czasopisma i jakie wymogi należy wypełnić, aby legalnie funkcjonowały one na rynku prasowym oraz jakie są warunki uzyskania koncesji na działalność telewizyjną i radiową. Student powinien również dokładnie poznać prawa i obowiązki dziennikarza. W zakresie praw dziennikarskich na pierwszym miejscu znajduje się prawo do uzyskania informacji zarówno tej publicznej jak i niepublicznej. W tym aspekcie istotne jest zaznajomienie studentów z regulacją zawartą w ustawie o dostępie do informacji publicznej oraz z dostępem do informacji z postępowania sądowego. Student zapozna się z podstawowymi obowiązkami dziennikarskimi m.in. rzetelności i szczególnej staranności, ochrony prywatności, tajemnicy dziennikarskiej, autoryzacji, w celu prawidłowego</p>	<p>D1pK_U05 D1pK_U18 D1pK_K08 D1pK_K09</p>
--	--	--	--	--	--	--	--

						<p>postępowania z dobrami prawnie chronionymi w pracy dziennikarskiej. Przedmiotem zajęć będą również obowiązki ciążące na mediach, a więc obowiązki publikacji komunikatów, sprostowań i odpowiedzi oraz zasady dotyczące zamieszczania reklam i ogłoszeń zarówno przewidziane w prawie prasowym jak i w ustawie o radiofonii i telewizji. Studenci zapoznają się także z zasadami dotyczącymi odpowiedzialności cywilnej i karnej.</p>	
32.	Współczesne media w Polsce		kierunkowy	20	3	<p>Celem wykładu jest zapoznanie studentów z zasadami funkcjonowania mediów w Polsce, a także z ich uwarunkowaniami prawnymi i ekonomicznymi oraz najważniejszymi nadawcami i wydawcami funkcjonującymi na polskim rynku. Kurs obejmuje okres budowy współczesnego systemu medialnego od 1989 roku aż do współczesności. Omówione zostaną etapy transformacji, momenty kluczowe, problemy i tendencje rozwojowe polskich mediów w porównaniu z tendencjami światowymi. Celem kursu jest także zapoznanie studentów ze strukturą współczesnego rynku mediów (rynek prasy, radia i telewizji, główni wydawcy i nadawcy) oraz przygotowanie ich do samodzielnego korzystania z dostępnych źródeł informacji o rynku medialnym i do krytycznej ich oceny. Po ukończeniu kursu studenci powinni dobrze orientować się w strukturze</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W15 D1pK_W22 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_K06 D1pK_K09</p>

			P	kierunkowy	20	2	<p>polskiego rynku mediów, znaczące tytuły prasowe, sektory prasy, nadawców radiowych i telewizyjnych, znaczącej konkurencji medialnej działającej w Polsce, rozumieć zasady konkurencji na rynku medialnym, problemy i dylematy dziennikarzy i właścicieli, a także umieć korzystać z dostępnych badań odbioru i ocenić pozycję rynkową poszczególnych mediów.</p>	
33.	Edytorstwo						<p>Ogólnym celem przedmiotu jest gruntowne przygotowanie studentów do opracowania stylistyczno-redakcyjnego tekstów cudzych i własnych. Zagadnienia poruszane podczas zajęć:</p> <p>1. Wprowadzenie do przedmiotu: omówienie struktury wydawnictwa – miejsce i rola działu redakcji; proces przygotowania książki od dostarczenia tekstu do oddania plików do drukarni.</p> <p>2. Książka jako przedmiot użytkowy i artystyczny: budowa strony redakcyjnej, „czwórka redakcyjna”, zasady nadawania i funkcjonowania numeru ISBN i ISSN.</p> <p>3. Edytorstwo naukowe/tekstologia/leksykografia: pomoce językowe i merytoryczne w pracy redaktora i korektora – słowniki, leksykony, encyklopedie, opracowania językowe i edytorские, normy; użycie słownika w pracy edytora.</p> <p>4. Edytorstwo naukowe/tekstologia/leksykografia: przydatne strony internetowe; katalogi bibliotek światowych i bazy</p>	<p>D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W17 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K09</p>

			P	kierunkowy	20	2	<p>bibliograficzne, poradnie językowe – umiejętność wykorzystania; budowa i opis hasła słownikowego.</p> <p>5. Podstawowe pojęcia z zakresu gramatyki opisowej: ortografia, interpunkcja, składnia.</p> <p>6. Podstawowe pojęcia z zakresu gramatyki opisowej: odmiana nazwisk, podstawowe błędy.</p> <p>7. Znaki korektorskie: wprowadzenie.</p> <p>8. Ćwiczenia indywidualne na tekstach: teksty literackie, naukowe i użytkowe; teksty w łamach, przed składem.</p> <p>9. Omówienie błędów w zastosowaniu znaków korektorskich oraz najczęstszych błędów językowych i stylistycznych.</p> <p>10. Szczytywanie i wprowadzanie korekty redakcyjnej.</p> <p>11. Omówienie zasad adiacji językowo-stylistycznej – praca na tekście.</p> <p>12. Omówienie różnic w korekcie, adiacji i redakcji – praca na tekście.</p> <p>13. Obsługa edytora tekstów Microsoft Word.</p> <p>14. Zasady sporządzania cytatów, przypisów, bibliografii, indeksów.</p> <p>15. Podsumowanie, zakończenie zajęć, wpisanie ocen.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W11 D1pK_W12 D1pK_U11 D1pK_U13 D1pK_U14</p>
34.	Fotografia prasowa							

						Podstawy wiedzy o nowoczesnej technice fotograficznej i jej zastosowaniu w redakcji. Zajęcia warsztatowe z zakresu umiejętności wykonywania zdjęć na bieżące potrzeby redakcji prasowej, odróżniania dobrej od złej fotografii, analizy relacji między fotografią a tekstem.	D1pK_K02 D1pK_K07 D1pK_K10		
35.	Etyka dziennikarska				kierunkowy	20	3	<p>Cykl zajęć wprowadza w obszerną problematykę etyczną współczesnego dziennikarstwa oraz prezentuje podstawowe zasady personalistycznej deontologii dziennikarskiej. Treść wykładów obejmuje trzy grupy tematyczne. Celem pierwszej grupy, mającej charakter propedeutyyczny, jest wprowadzenie w podstawowe zagadnienia etycznego wymiaru dziennikarstwa i podstawy etyki dziennikarskiej. Druga grupa tematyczna dotyczy wybranych zagadnień etyki dziennikarskiej i podstawowych wartości stanowiących ramy działań dziennikarskich. Celem trzeciej grupy tematycznej jest kształtowanie kompetencji etycznych przyszłych dziennikarzy na podstawie praktycznych ćwiczeń w rozwiązywaniu dylematów etycznych dziennikarstwa.</p> <p>Zamierzone cele dydaktyczne: podstawaowa orientacja w problematyce etycznej wielorakich aspektów dziennikarstwa; znajomość współczesnego dyskursu etycznego w kontekście mediów; zdobyć umiejętności etycznego</p>	D1pK_W05 D1pK_W16 D1pK_W20 D1pK_U12 D1pK_U19 D1pK_U22 D1pK_K03 D1pK_K14 D1pK_K16

						<p>wartościowania działań medialnych. Struktura i problematyka trzech cykli tematycznych gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi etycznego wartościowania oraz ich merytoryczne przygotowanie do samodzielnej oceny oraz możliwości rozwiązywania problematyki etycznej w dziedzinie dziennikarstwa i mediów.</p>	
36.	Komunikowanie międzykulturowe	P	kiernukowy	20	3	<p>Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu komunikowania międzykulturowego, pokazanie barier kulturowych w komunikacji i wpływu czynników kulturowych/narodowych na przebieg komunikowania. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Rodzaje nauk badających komunikację międzykulturową, historia komunikowania międzykulturowego. 2. Przedstawienie i charakterystyka rodzajów komunikacji: komunikacji poprzekulturalowej, pomiędykulturalowej, międzynarodowej i globalnej. 3. Podstawowe pojęcia z zakresu etniczności. 4. Zagadnienie obcości i swojskości. 5. Definicja i różne typy tożsamości kulturowej. 6. Problemy i bariery w komunikowaniu wynikające z kultury (pojęcia etnocentryzmu, relatywizmu kulturowego). 	<p>D1pK_W01 D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_W08 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_K03 D1pK_K07</p>

				kierunkowy	20	3	<p>7. Stereotypy, uprzedzenia w komunikowaniu międzykulturowym. 8. Teoria migracji. 9. Szok kulturowy – definicja, modele. 10. Szok kulturowy – przyczyzny i sposoby zapobiegania. 11. Zjawiska: asymilacja, separacja, marginalizacja, wielokulturowość. 12. Podstawowe koncepcje z zakresu kultury organizacji i wymiarów kultur (m.in. E. Halla). 13. Podstawowe koncepcje z zakresu kultury organizacji G. Hofstede'ego. 14. Język a kultura (typy języków: globalny, światowy, szluczny itd.). 15. Bilingwizm.</p>	
37.	Ochrona własności intelektualnej				20	3	<p>Celem jest zapoznanie studenta z podstawową problematyką dotyczącą ochrony własności intelektualnej we współczesnym świecie. Szczególna uwaga zostanie zwrócona na te elementy własności intelektualnej, które związane są z funkcjonowaniem mediów, a więc na kwestie dotyczące utworów i przedmiotów praw pokrewnych. Część poniższych tematów realizowana jest na więcej niż jednym zajęciach:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Dobro intelektualne jako szczególny typ przedmiotu ochrony prawnej; 2. Definicja utworu, podział utworów na samodzielne i niesamodzielne; 3. Podmioty prawa autorskiego. 4. Prawa autorskie osobiste. 5. Autorskie prawa majątkowe. 	<p>D1pK_W07 D1pK_W11 D1pK_U05 D1pK_U07 D1pK_K01 D1pK_K06 D1pK_K09</p>

						6. Dozwolone wykorzystanie utworów, w ramach pracy dziennikarskiej. 7. Ochrona autorskich praw osobistych. 8. Ochrona autorskich praw majątkowych.		
38.	Wstęp do badań medioznawczych		P	kiernukowy	10	2	Celem kursu jest zaprezentowanie jego uczestnikom podstawowych metod i technik badań medioznawczych. Uczestnicy kursu poznają interdyscyplinarny charakter wiedzy i badań z zakresu komunikacji masowej. Ponadto w badaniach podejmowanych w ramach nauk o mediach znajdują zastosowanie metody i techniki wykształcone na gruncie różnych dyscyplin to dla uporządkowania materiału prezentowanego w ramach zajęć zostanie on uporządkowanych według formuły Lasswella będącej schematem porządkującym pola badań nad komunikowaniem: od analizy nadawcy, poprzez badania nad przekazem i medium, aż do metod i technik badań nad odbiorcami i skutkami komunikowania.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_U07 D1pK_U22 D1pK_K01 D1pK_K09
39.	Wstęp do zarządzania mediami			kiernukowy	20	3	Zapoznanie studentów z istotą, znaczeniem oraz celami i funkcji zarządzania w dynamicznie zmieniających się warunkach rynku medialnego. Przedstawienie różnych metod i koncepcji zarządzania organizacjami medialnymi. Przekazanie wiedzy na temat: planowania, organizowania, kierowania i kontroli w przedsiębiorstwach rynku medialnego.	D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_U02 D1pK_U14 D1pK_U14 D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K15

						<p>Zagadnienia poruszane podczas zajęć:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Geneza i pojęcie zarządzania. 2. Analiza gałęzi przemysłu medialnego. 3. Otoczenie organizacji. 4. Kulturowe uwarunkowania organizacji i zarządzania. 5. Przywództwo i władza. 6. Paradygmaty zarządzania. 7. Zarządzanie strategiczne. 8. Otoczenie organizacji. 9. Planowanie (Istota planowania, Planowanie strategiczne, Planowanie operacyjne). 10. Motywowanie pracowników. 11. Istota controllingu w przedsiębiorstwie medialnym. 12. Zarządzanie techniką i innowacjami. 13. Zarządzanie w kryzysie. 14. Ekonomiczne aspekty zarządzania. 15. Etyczny i społeczny kontekst zarządzania. 	
40.	Warsztaty reportażu	P	kiernukowy	20	2	<p>Krótki zarys historii reportażu od Egona Erwina Kisha do Mariusza Wilka.</p> <p>Ewolucja gatunku.</p> <p>Trudności z definicją.</p> <p>Reportaż publicystyczny i reportaż literacki krytyczna analiza tekstów.</p> <p>Rodzaje reportażu omówienie na konkretnych przykładach (Melchior Wańkowiץ, Krzysztof Kąkolowski, Ryszard Kapuściński, Joanna Siedlecka, Małgorzata Szejnert, Jacek Hugo-Bader, Cezary Gmyz, Wojciech Cejrowski oraz Arturo Perz-Reverte i Mario Vargas Llosa).</p>	<p>D1pK_W13</p> <p>D1pK_W14</p> <p>D1pK_W17</p> <p>D1pK_U13</p> <p>D1pK_U15</p> <p>D1pK_U17</p> <p>D1pK_K02</p> <p>D1pK_K03</p> <p>D1pK_K05</p>

						<p>Reportaż śledczy – tajemnice kuchni reportera śledczego.</p> <p>Podstawowe informacje na temat budowy i konstrukcji reportażu: struktura reportażu, wybór pozycji reportera w artykule (swiadek, uczestnik, słuchacz, rekonstruktor) wybór tematu reportażu, dokumentacja, selekcja informacji, plan, tytuł i wstęp, istota i rola polity. Ćwiczenia warsztatowe – analiza tekstów oraz własna praca nad reportażem.</p>	
41.	Warsztaty rzeczownika prasowego	P	kierunkowy	20	2	<p>Celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi kwestiami z zakresu warsztatu rzeczownika prasowego i jego rolę w instytucji. Treści merytoryczne przedmiotu obejmują:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Urząd rzeczownika prasowego – ogólny zarys i historia. 2. Cel powoływania rzeczownika – reputacja firmy. 3. Czynniki kształtujące reputację instytucji. 4. Rzecznik jako strzeża buforowa. 5. Kultura szybkiej obsługi. 6. Ingratacja i empatia. 7. Cechy dobrego rzeczownika. 8. Praktyczna sztuka prezentacji. 9. Kontakty bezpośrednie z mediami (komunikowanie bezpośrednie). 10. Komunikowanie pośrednie. 11. Kryzys i sytuacja kryzysowa. 12. Public relations. 13. Zasady etyczne – kompetencja i uczciwość. 14. Prawa i obowiązki rzeczownika. 15. Normy Konferencji Episkopatu Polski (2009). 	<p>D1pK_W17 D1pK_W19 D1pK_W20 D1pK_U12 D1pK_U18 D1pK_U19 D1pK_K07 D1pK_K09 D1pK_K14</p>

42.	Przedmiot fakultatywny		W			80	8	<p>Studentzi wybierają sobie przedmioty fakultatywne w zależności od zainteresowań. Każdy z przedmiotów prowadzony jest przez innego nauczyciela akademickiego. Ich tematyka jest dostosowane do programu zajęć w danym semestrze. Celem zajęć fakultatywnych jest przede wszystkim uzupełnić wiedzę, umiejętności oraz kompetencje społeczne studentów w zakresie kierunkowych i podstawowych treści kształcenia.</p>	<p>D1pK_W14 D1pK_W17 D1pK_W18 D1pK_W21 D1pK_U07 D1pK_U12 D1pK_U16 D1pK_U19 D1pK_K10 D1pK_K12 D1pK_K14 D1pK_K16</p>
43.	Język obcy I: angielski / Język angielski – translatorium	H	W	P	lektorat	120	13	<p>1. Doskonalenie językowej kompetencji komunikacyjnej na określonym poziomie językowym poprzez kształcenie umiejętności opowiadania o sobie, swoim otoczeniu, doświadczeniach z przeszłości oraz sytuacjach obecnych.</p> <p>2. Doskonalenie umiejętności poprawnego użycia właściwych form gramatycznych w określonych kontekstach.</p> <p>3. Doskonalenie umiejętności czytania ze zrozumieniem.</p> <p>4. Kształtowanie postawy szacunku dla innych kultur.</p> <p>5. Wzbogacanie zasobu słownictwa.</p> <p>6. Ćwiczenie poprawnej wymowy oraz intonacji.</p> <p>7. Opis siebie, swojej rodziny, panujących w niej relacji i związków, opis upodobań, czasu wolnego, przewidywanie przyszłości.</p> <p>8. Podróżowanie, aspekty międzykulturowe w globalnym świecie, życie zawodowe, opis pracy.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_U07 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U10 D1pK_U15 D1pK_K05</p>

						<p>9. Nowoczesne zakupy, on-line shopping. 10. Prześpiśtwa we współczesnym świecie, słownictwo specjalistyczne. 11. Tworzenie pytań, przeczeń w czasach teraźniejszych, przeszłych, przyszłych (Present Simple, Continuous, Past Simple, Continuous, Future Simple, going to, Present Perfect for life experiences). 12. Tworzenie zdań z czasownikami modalnymi, oraz Have/ Had to. 13. Tworzenie porównań, zaimki dzierżawcze. 14. Zdania warunkowe typu pierwszego, zdania czasowe future time clauses. 15. Zapoznanie ze sposobami reagowania na różne sytuacje życiowe: zacyzywanie i kończenie rozmów, wyrażanie opinii, zgadzanie się, oferowanie, sugestie, zażalenie, prośby, rezerwacje w hotelu, zachowanie się w sklepie. 16. Inne: doskonalenie umiejętności czytania i słuchania ze zrozumieniem. Tworzenie prostych wypowiedzi pisemnych na wybrany temat.</p>		
44.	Język obcy II	H	W	P	lektorat	80	9	<p>Rozwijanie pięciu obszarów kompetencji językowej: 1. Władomości – znajomości środków językowych (leksykalnych, gramatycznych, ortograficznych oraz fonetycznych) w zakresie następujących tematów: – człowiek: dane osobowe (imię, nazwisko, wiek, data urodzenia, narodowość, miejsce zamieszkania, telefon, e-mail, zawód/zajęcie, stan</p>
								<p>D1pK_W01 D1pK_U07 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U10 D1pK_U15 D1pK_K05</p>

							<p>cywilny, znajomość języków obcych), zainteresowania,</p> <ul style="list-style-type: none">- dom: miejsce zamieszkania,- edukacja: typy szkół, przybory szkolne, czynności studenta i lektora,- praca: popularne zawody i związane z nimi czynności, miejsca pracy,- życie codzienne, rodzinne i towarzyskie: członkowie rodziny, czynności życia codziennego, dni tygodnia), zegar (godziny, pory dnia), formy spędzania wolnego czasu, uroczystości,- żywienie: artykuły spożywcze, posiłki, menu w barze, restauracji, lokale gastronomiczne,- podróżowanie i turystyka: środki transportu,- kultura: święta i obrzędy, dziedziny kultury, gatunki filmowe, literackie, uczestnictwo w kulturze, media,- sport: popularne dyscypliny sportowe,- zdrowie: samopoczucie,- elementy wiedzy o krajach obszaru nauczanego języka oraz o kraju ojczystym,z uwzględnieniem kontekstu międzykulturowego: nazwiska hiszpańskie, podział administracyjny Hiszpanii, nazwy krajów hiszpańskojęzycznych, nazwy języków urzędowych w Hiszpanii, mapa Ameryki Łacińskiej; Święto Zmarłych w krajach hiszpańskojęzycznych Ameryki Łacińskiej; Boże Narodzenie, Sylwester, Nowy Rok,	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

					<p>Święto Trzech Króli, hiszpańska rodzina królewska, znane osoby z krajów hiszpańskojęzycznych, formy tú, usted i vos, potrawy hiszpańskie.</p> <p>2. Recepcji – rozumienia bardzo prostych, krótkich wypowiedzi pisemnych i ustnych (artykułowanych powoli i wyraźnie) w zakresie ww. tematów.</p> <p>3. Produkcji – tworzenia bardzo prostych, krótkich i zrozumiałych wypowiedzi ustnych i pisemnych w zakresie ww. tematów.</p> <p>4. Interakcji – prowadzenia bardzo prostej rozmowy, formułowania zrozumiałych pytań i odpowiedzi w formie ustnej i pisemnej zakresie ww. tematów.</p> <p>5. Mediacji – przetwarzania formy ustnego lub pisemnego przekazu w zakresie ww. tematów.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W13 D1pK_U12 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K07</p>	
45.	Praktyki zawodowe	W	P	praktyki	480	10	<p>Przygotowanie zawodowe studentów, kontakt zawodowy studentów z różnymi instytucjami związanymi z dziennikarstwem i komunikacją społeczną. Pomoc w pierwszym doświadczeniu zawodowym:</p> <p>1. Lista intencyjna miejsc praktyki (co najmniej dwa).</p> <p>2. Zgoda opiekuna praktyk na praktykę spoza listy intencyjnej, w oparciu o Umowę podpisaną z UPPiI w Krakowie.</p> <p>3. Wypełnianie Dziennika praktyk (dokumentacja dwóch lat) przez studenta; potwierdzenie zadań przez firmę (pieczętka i podpis opiekuna praktykanta).</p>

			W	P		60	10	<p>4. Liczba konferencji (potwierdzonych certyfikatem) wliczana do praktyk, od 2 do 4.</p> <p>5. Biuro Karter – instytucji poszukująca i proponująca nowe miejsca praktyk.</p> <p>6. Instytucje uniwersyteckie, np. Radio Bonus, nie wymagają Umowy.</p> <p>7. Ułatwienie wchodzenia na rynek pracy absolwentom szkół wyższych.</p> <p>8. Możliwość nieodpłatnych praktyk studenckich w administracji publicznej priorytelem Rządu RP np. "Zalecenia dotyczące praktyk studenckich w urzędach administracji państwowej oraz w jednostkach organizacyjnych podległych lub nadzorowanych w 2015 r." (8.05.2015; MEN, DSW/ZNU.6002.1.2015.BS.1).</p> <p>9. Centralna Baza ofert pracy za pośrednictwem strony internetowej oferta.praca.gov.pl.</p>	46.	Seminarium licencjackie						<p>1. Zapoznanie się z metodami pracy.</p> <p>2. Wprowadzenie w kalendarz.</p> <p>3. Metoda GROW.</p> <p>4. Metoda góry lodowej.</p> <p>5. Referowanie dokonanej kwerendy bibliotecznej.</p> <p>6. Zatwierdzenie tematu roboczego pracy licencjackiej.</p> <p>7. Przygotowanie wstępu i planu pracy.</p> <p>8. Przygotowanie pierwszego rozdziału.</p> <p>9. Przygotowanie planu drugiego rozdziału i tez zasadniczych.</p> <p>10. Podsumowanie prac nad treściami teoretycznymi.</p> <p>11. Przygotowanie drugiego rozdziału pracy – opisanie</p>	<p>D1pK_W04 D1pK_W09 D1pK_W16 D1pK_U05 D1pK_U14 D1pK_K01 D1pK_K04 D1pK_K16</p>
--	--	--	---	---	--	----	----	--	-----	-------------------------	--	--	--	--	--	--	--

47.	Przedmioty specjalnościowe	W	specjalnościowe	140	14	materiału badawczego. 12. Przygotowanie trzeciego rozdziału – zastosowanie metod jakościowych i ilościowych w badanym materiale. 13. Oddanie całości pracy. 14. Konsultacje ostatecznej wersji pracy licencjackiej. 15. Szkolenie z zakresu publicznej obrony pracy dyplomowej.	dane zawarte w tabeli nr 2a	dane zawarte w tabeli nr 2a
	Przedmioty specjalności dziennikarstwo 2.0 – tabela nr 2a			140		dane zawarte w tabeli nr 2a	dane zawarte w tabeli nr 2a	
	Przedmioty specjalności edukacja medialna / media relations – tabela nr 2b			140		dane zawarte w tabeli nr 2b	dane zawarte w tabeli nr 2b	
	Przedmioty specjalności public relations – tabela nr 2c			140		dane zawarte w tabeli nr 2c	dane zawarte w tabeli nr 2c	
	Przedmioty specjalności realizacja radiowo-telewizyjna – tabela nr 2d			140		dane zawarte w tabeli nr 2d	dane zawarte w tabeli nr 2d	
	Przedmioty specjalności technologia komunikowania i grafika medialna – tabela nr 2e			140		dane zawarte w tabeli nr 2e	dane zawarte w tabeli nr 2e	
Łączna liczba punktów ECTS				180				
Łączna liczba godzin – specjalność dziennikarstwo 2.0				1 814				
Łączna liczba godzin – specjalność edukacja medialna / media relations				1 814				
Łączna liczba godzin – specjalność public relations				1 814				
Łączna liczba godzin – specjalność realizacja radiowo-telewizyjna				1 814				
Łączna liczba godzin – specjalność technologia komunikowania i grafika medialna				1 814				

2a. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności dziennikarstwo 2.0 z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Dziennikarstwo agencyjne		W			20	2	Zajęcia przygotowujące do pracy w agencjach informacyjnych i działach informacyjnych redakcji, z uwzględnieniem problemów takich, jak: szybkość przekazu, specyfika języka i konstrukcji krótkich form informacyjnych, budowa i wewnętrzna dynamika serwisu informacyjnego, miejsce agencji informacyjnej w systemie mediów. Poznanie zasady pracy dziennikarskiej w agencjach prasowych oraz nabywanie praktycznych umiejętności w utworzeniu tematycznego serwisu informacyjnego. Historia i zasady pracy agencji prasowych. Rola agencji informacyjnych we współczesnym systemie mediów. Zasady weryfikacji faktów na podstawie różnych źródeł. Szybkość przekazu dziennikarskiego, specyfika języka i konstrukcji krótkich form informacyjnych. Budowa i wewnętrzna dynamika serwisu informacyjnego. Pozycjonowanie wiadomości w układzie obowiązującym w agencjach informacyjnych.	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U17 D1pK_U23 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K13
2.	Dziennikarstwo środowiskowe i lokalne		W			20	2	Poznanie specyfiki funkcjonowania mediów środowiskowych. Przedmiot stawia sobie za zadanie przedstawienie rynku mediów	D1pK_W01 D1pK_W06 D1pK_W07

						<p>lokalnych i środowiskowych w Polsce, pokazanie największych problemów tego sektora (słabość ekonomiczna, brak wsparcia instytucjonalnego i prawnego, niszczenie tego sektora przez wielkie przedsiębiorstwa medialne, negatywny wpływ przedstawicieli władzy samorządowej) oraz pokazanie specyfiki pracy dziennikarza lokalnego i środowiskowego i lokalnych w Polsce.</p> <p>Zagadnienia poruszane podczas zajęć:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Prasa lokalna i środowiskowa – definicja i typologia.2. Historia prasy lokalnej.3. Prasa lokalna w okresie przemian ustrojowych.4. Rozmieszczenie prasy lokalnej.5. Tygodniki prywatne jako prasa lokalna niezależna.6. Specyfika pracy dziennikarza lokalnego i środowiskowego.7. Samorząd lokalny, a przypadki ograniczania wolności wypowiedzi.8. Konflikt między dziennikarzami lokalnymi a przedstawicielami władzy lokalnej.9. Dziennikarz lokalny a problem zarzutów o zniesławienie.10. Konkurencja między prasą prywatną a prasą samorządową.11. Elementy wzmacniające istnienie prasy lokalnej.12. Rynek dzienników regionalnych.13. Prasa lokalna a konkurencja ze strony dzienników regionalnych.14. Radiofonia lokalna – dominacja dużych sieci radiowych.	<p>D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U22 D1pK_U23 D1pK_K09 D1pK_K10 D1pK_K13</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

			15. Telewizja lokalna naziemna i kablowa, lokalne portale internetowe.	
3.	Komunikowanie polityczne w mediach	W	20	2
			<p>Celem modułu jest zapoznanie studentów ze zjawiskami komunikowania politycznego, wyróżnianego przede wszystkim ze względu na treść. Celem jest umożliwienie studentom samodzielnego zdobywania wiedzy poprzez studiowanie proponowanej literatury oraz przygotowywanie dłuższych prezentacji, z wykorzystaniem narzędzi multimedialnych, a następnie wspólne analizowanie wystąpień, komentarze podejmowanych zagadnień, w tym uzupełnianie podanej wiedzy przez elementy wykładu konwersatoryjnego. Zaliczenie kursów pozwala lepiej zrozumieć wydarzenia na scenie politycznej krajowej, jak i w perspektywie międzynarodowej, czy wręcz globalnej.</p> <p>Zagadnienia:</p> <p>1. Komunikowanie polityczne jako nowa dyscyplina badań naukowych. Definicja i obszar badań. Perspektywa teoretyczna i praktyczna komunikowania politycznego. Pojęcia pokrewne (propaganda polityczna, public relations, reklama polityczna, marketing polityczny). Uczestnicy komunikowania politycznego.</p> <p>2. Doktryny medialne.</p> <p>Doktryna medialna jako odpowiedź na pytanie o rolę i zadania mediów. Charakterystyka doktryny autorytarnej, komunistycznej,</p>	<p>D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W07 D1pK_U02 D1pK_U03 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_U23 D1pK_K04 D1pK_K05</p>

								<p>liberalnej, odpowiedzialności społecznej.</p> <p>3. Rola mediów w systemie demokratycznym.</p> <p>Rola i zadania mediów w demokracji (funkcje mediów), media jako „czwarta władza” i „pies stróżący”. Media a społeczeństwo obywatelskie, sfera publiczna. Rola mediów w systemach niedemokratycznych.</p> <p>4. Standardy profesjonalnego dziennikarstwa.</p> <p>Czym jest profesjonalizm? Standardy profesjonalizmu w dziennikarstwie (wiedza, warsztat, etyka).</p> <p>5. Media a polityka.</p> <p>Relacje media – aktorzy polityczni, dziennikarze a politycy – analiza rodzajów relacji. Polityzacja mediów i mediatyzacja polityki.</p> <p>6. Prawo do prywatności polityków a dziennikarze i opinia publiczna.</p> <p>Polityka skandalu, tzw. fake news.</p> <p>7. Korupcja i inne patologie władzy.</p> <p>Analiza zjawisk na podstawie konkretnych przypadków.</p> <p>8. Kapitał społeczny a polityka.</p> <p>Analiza zjawiska na podstawie konkretnych przypadków.</p> <p>9. Zasady wystąpień publicznych i debat (omówienie ról: prowadzącego, uczestników, ekspertów, publiczności). Wymogi debaty publicznej.</p> <p>10. Debaty na temat granic wolności mediów, konfliktu norm (wolność prasy a odpowiedzialność za skutki) w świecie wielokulturowym.</p> <p>11. Debaty na temat mediów publicznych w Polsce.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

							<p>12. Komunikowanie polityczne i kultura popularna. Polityka jako spektakl. Politycy jako celebryci.</p> <p>13. Polityka w mediach tradycyjnych. Polityka on-line, media społecznościowe, blogi, fora dyskusyjne.</p> <p>14. Polityka buntu, ruchy społeczne i nowa przestrzeń publiczna.</p> <p>15. Komunikowanie polityczne w strukturach ponadnarodowych na przykładzie Unii Europejskiej.</p>	
4.	Dziennikarstwo śledcze	W	10	1	<p>Zapoznanie ze specyfiką dziennikarstwa śledczego, technikami pracy dziennikarzy śledczych (umiejętność wyszukiwania, pozyskiwania i analizy dokumentów, pozyskiwanie i ochrona źródeł informacji oraz stąch współpracowników w różnych instytucjach, weryfikacja wiarygodności z różnych źródeł i ocena ich wiarygodności, kolejne etapy powstawania materiału śledczego: od zarysu, poprzez plan, po gotową publikację).</p> <p>Przedstawienie roli dziennikarzy śledczych w demokratycznym systemie kontroli władzy (ze szczególnym uwzględnieniem relacji między czwartą władzą a trzema pozostałymi).</p> <p>Uświadomienie zagrożeń wynikających z uprawiania tego typu dziennikarstwa. Wskazanie miejsca dziennikarzy śledczych oraz sankcji, jakim podlegają w polskim systemie prawnym (na tle prawa europejskiego). Zapoznanie z wybrnymi publikacjami</p>	<p>D1pK_W06 D1pK_W08 D1pK_W09 D1pK_U13 D1pK_U15 D1pK_U18 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K03 D1pK_K04</p>		

						<p>śledczymi (krajowymi i zagranicznymi), które przyniosły wymierne efekty (zwłaszcza w postaci wyroków sądowych) - i ich analiza. Przygotowanie do samodzielnej pracy ze źródłami informacji i na dokumentach.</p>	
5.	Dziennikarstwo sportowe	W	P	10	1	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów ze specyfiką dziennikarstwa sportowego. Na bazie zjawisk występujących w tej dziedzinie życia omawiamy tak ważne gatunki dziennikarskie jak wywiady, felieton, komentarz. Odnosimy się do aktualnych wydarzeń w sporcie, przy czym nie wynika jest głównym tematem naszych rozważań. Interesują nas bohaterowie z aren sportowych, ich psychika, cechy charakteru pozwalające zdobyć status mistrza, ale i słabości. Prowadzimy rozważania nad syndromem porażki, mówimy o szczególnych cechach charakteru pozwalających wybić się ponad przeciętność. Każde zajęcie kończą się dyskusją lub zainscenizowaną konferencją prasową.</p>	<p>D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_W08 D1pK_U13 D1pK_U17 D1pK_U18 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K08 D1pK_K10</p>
6.	Warsztaty publicystyki	W	P	20	2	<p>Przyswojenie i utrwalenie podstawowych pojęć z zakresu gatunków publicystycznych. Nabycie praktycznej wiedzy na temat sposobów tworzenia form publicystycznych, wyboru odpowiedniej formy, dokumentacji oraz sposobów argumentacji w formie publicystycznej. Praktyczne opanowanie podstawowych technik pisania tekstów oraz tworzenia innych</p>	<p>D1pK_W13 D1pK_W14 D1pK_W19 D1pK_U08 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K09</p>

				<p>form publicystycznych. Nabycie umiejętności oceny technik i sposobów argumentacji w wypowiedziach publicystycznych innych autorów. Określenie obszaru publicystyka i jej definicja. Publicystyka a literatura (i inne dziedziny sztuki). Publicystyka a dziennikarstwo informacyjne. Gatunki publicystyczne w praktycznym zastosowaniu. Wybór i dookreślenie tematu autorskiego dzieła publicystycznego. Adekwatność zastosowanych środków. Praca nad tekstem. Atrakcyjność formy i rzetelność argumentacji. Obrona przedstawionych poglądów i otwartość na dialog.</p>
7.	Video Journalist I	W P	20 2	<p>Podrati w sposób samodzielny i twórczy tworzyć ustne i pisemne formy przekazów publicznych oraz kompetentnie prezentować je w uwarunkowaniach konkretnych mediów lub działań edukacyjnych; ma pogłębioną umiejętność przygotowania występów publicznych dostosowanych do różnych sytuacji komunikacyjnych. Celem przedmiotu jest: samodzielne i samowystarczalne dziennikarstwo telewizyjne, produkcja, montaż, zdjęcie i działania reporterskie podczas jednego kursu.</p>
8.	Warsztaty dziennikarstwa Web 2.0	W P	20 2	<p>W trakcie kursu studenci zostaną zaznajomieni z najnowszymi badaniami i wynikającymi z nich trendami dzisiejszej mediasfery. Poznąją nowe elementy komunikowania i narzędzia, które coraz częściej są podstawą</p>

- D1pK_W02
D1pK_W13
D1pK_W21
D1pK_U13
D1pK_U15
D1pK_U17
D1pK_U23
D1pK_K12
D1pK_K13
D1pK_K14
- D1pK_W17
D1pK_W19
D1pK_W23
D1pK_U08
D1pK_U11
D1pK_U13

						<p>współczesnego świata mediów takie jak: internetowe społeczności, Mechanizmy wiralowe, konwergencja, Crowdjournalism, big data journalism. Oprócz analizy teoretycznej współczesnych zjawisk, studenci zdobędą wiedzę praktyczną, która wykorzystana zostanie w trakcie realizacji projektów semestralnych, polegających na licznych wykorzystaniu otrzymanych narzędzi w swoich, dziennikarskich inicjatywach. Inicjatywach, które nie zakończą się przy wystawieniu oceny, ale dadzą początek trwałym i interesującym projektom medialnym. Przedmiotem kursu jest analiza roli i sytuacji dziennikarstwa w zmieniającej się przestrzeni medialnej. Na naszych oczach w ciągu ostatnich kilkunastu lat ma miejsce rewolucja medialna, którą niektórzy badacze mediów porównują do rewolucji Gutenberg. W związku z zasadniczą ewolucją definicji i paradygmatu dziennikarstwa wzrasta potrzeba wypracowania i wcielania w życie nowych form przekazu medialnego.</p>	<p>D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K05</p>
--	--	--	--	--	--	---	--

Zb. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności edukacja medialna / media relations z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L-p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Media i kultura		W			20	2	<p>Celem kursu jest krytyczna analiza paradygmatyczno-teoretycznego dyskursu medialnego wokół współczesnych wyzwań kultury masowej i filozoficznego media assessment z perspektywy racjonalności. Analiza logosu współczesnych mediów stanowi podstawowe zrabp tzw. filozofii mediów, która wyrasta ze sprzężenia między myśleniem racjonalnym a nową kulturą cywilizacji medialnej. Dotyczy ona zarówno filozoficznej refleksji nad strukturą mediów, jak i refleksji nad człowiekiem i światem w epoce kultury masowej. Określa ona także przestrzeń pytań, dotyczących konsekwencji zmian kodów komunikacji i ich kulturowych oraz antropologicznych i aksjologicznych implikacji. Celem wykładu jest pokazanie konsekwencji mediów dla współczesnej kultury masowej oraz sposobów przewidywania zagrożeń i odpowiedzi na wyzwania, jakie rodzi współczesna cywilizacja medialna. Poglądy na temat roli środków masowego przekazu w społeczeństwie informacyjnym i kulturze postmodernistycznej. Najnowsze badania i hipotezy wyjaśniające</p>	D1pK_W01 D1pK_W16 D1pK_W18 D1pK_U01 D1pK_U02 D1pK_U04 D1pK_K04 D1pK_K11 D1pK_K15

					<p>oddziaływanie mediów na płaszczyźnie socjologicznej, psychologicznej i kulturowej. Konstruowanie obrazu rzeczywistości w mediach. Media masowe a procesy wychowania i socjalizacji. Badania nad oddziaływaniem scen przemocy i gwałtu na młodych odbiorców, recepcją treści informacji politycznych, reakcjami na sceny erotyczne, kształtowaniem postaw wobec instytucji społecznych, religijnych, sprawowaniem kontroli społecznej poprzez definiowanie zjawisk dewiantycznych. Struktura i problematyka zajęć gwarantuje zdobycie przez studentów podstawowych narzędzi metodologicznych oraz przygotowania merytorycznego do analiz problematyki wyzwań, zagrożeń i szans, jakie niosą współczesne media dla kultury masowej.</p>	<p>D1pK_W12 D1pK_W17 D1pK_W18 D1pK_U20 D1pK_U24 D1pK_K04 D1pK_K05 D1pK_K15</p>
2.	Pedagogika i wychowanie medialne	W	20	2	<p>Celem zajęć jest wyposażenie studentów w wiedzę i umiejętności metodyczne dotyczące wychowania zw. z odbiorem mediów oraz rozumienia oddziaływań i zastosowań współczesnych mediów w szeroko rozumianej edukacji i wychowaniu medialnym, a także w pracy dziennikarskiej. Treści programowe obejmują zagadnienia takie jak:</p> <p>1. Zdefiniowanie pedagogiki, podstawowe pojęcia pedagogiczne.</p> <p>2. Warunki kształtowania się współczesnych prądów pedagogicznych w perspektywie dążeń mediów.</p>	

3.	Public relations w organizacjach non-profit	W	20	2
				<p>3. Konstruktivism, antropologia pedagogiczna, analityczno-empiryczna nauka o wychowaniu, neokonserwatywn pedagogiczny, krytyczna nauka o wychowaniu, antypedagogika.</p> <p>4. Związek wartości z celami wychowania i kształcenia. Taksonomiczne ujęcia celów wychowania.</p> <p>5. Uwarunkowania procesu wychowania, środowiska wychowawcze w kontekście medializacji życia.</p> <p>6. Wybrane konsekwencje oddziaływania środków masowego przekazu na kształtowanie obrazu rzeczywistości wychowawczej.</p>
				<p>1. Wprowadzenie do problematyki działalności sektora non-profit: – podstawowe pojęcia: trzeci sektor (NGO), sektor non-profit, organizacje pozarządowe, – specyfika działań organizacji (cele społeczne), – podstawy prawne działalności organizacji non-profit.</p> <p>2. PR w organizacjach non-profit: – wykorzystanie narzędzi public relations, technik dziennikarskich i nowych mediów w budowaniu zaufania społecznego organizacji, – strategie budowania marki organizacji społecznych, – analiza wybranych organizacji w kontekście public relations – studia przypadku.</p> <p>3. Analiza wybranych kampanii i reklam społecznych ze szczególnym uwzględnieniem zastosowanych narzędzi PR – studia przypadku.</p>
				<p>D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W19 D1pK_U14 D1pK_U18 D1pK_U21 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09</p>

4.	Dziennikarstwo ekonomiczne	W		10	1	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów ze specyfiką dziennikarstwa ekonomicznego, najważniejszymi polskimi i zagranicznymi mediami z zakresu dziennikarstwa ekonomicznego, metodami pracy dziennikarzy, specjalizujących się w tej tematyce. Celem przedmiotu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> – specyfika dziennikarstwa ekonomicznego, – zadania dziennikarstwa ekonomicznego, ze szczególnym uwzględnieniem celów edukacyjnych, – przegląd najważniejszych mediów, zajmujących się w Polsce i na świecie tematyką ekonomiczną, – informacja, analiza, komentarz, wywiad, artykuł publicystyczny – przegląd podstawowych gatunków w dziennikarstwie ekonomicznym, – analiza wybranych tekstów prasowych z zakresu dziennikarstwa ekonomicznego, – podstawy tworzenia dziennikarskich materiałów o tematyce ekonomicznej – źródła inspiracji i informacji, język, rola przygotowania merytorycznego, – raport jako jedna z podstawowych form przekazu w dziennikarstwie ekonomicznym, – specyficzne odmiany dziennikarstwa ekonomicznego, – pułapki PR i pokusa kryptoreklamy, czyli etyka dziennikarzy ekonomicznych. 	<p>D1pK_W02 D1pK_W03 D1pK_W12 D1pK_U02 D1pK_U14 D1pK_K04 D1pK_K06 D1pK_K15</p>
5.	Dziennikarstwo kulturalne	W		10	1	<p>Celem przedmiotu jest praktyczne zastosowanie gatunków dziennikarskich. Umiejętność</p>	<p>D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_W17</p>

				<p>krytycznego opisu zjawisk z dziedziny kultury oraz promocja polskiego dorobku kulturowego.</p> <p>Tematyka zajęć:</p> <p>1. Cele dziennikarstwa kulturalnego – teoria i praktyka (krytyka twórców kultury, wychowanie do korzystania z propozycji życia kulturalnego odbiorców).</p> <p>2. Pozytywne i negatywne tendencje we współczesnej kulturze.</p> <p>3. Podstawowe pojęcia dziennikarstwa kulturalnego.</p> <p>4. Wycieczki: w poszukiwaniu tematu. Miejsca i ludzie promujący kulturę.</p> <p>5. Źródła informacji dla dziennikarzy piszących o kulturze. Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego (www).</p> <p>6. Rodzaje kultury. Cechy kultury Zachodu, chrześcijańskiej, polskiej. Kultura regionalna, ludowa a ogólnopolska. Kultura materialna (historia sztuki), intelektualna (uniwersytety, patenty wynalazków), duchowa (religia).</p> <p>7. Dziennikarstwo specjalistyczne i popularne dotyczące kultury (np. jako stały dział w prasie lifestyle, magazynach społeczno-politycznych opinii; stałe działy w prasie codziennej).</p> <p>8. Dziennikarstwo kulturalne w radiu i telewizji (np. TV Kultura).</p> <p>9. Gatunki dziennikarskie w dziennikarstwie kulturalnym – przykłady zastosowania. Esej o kulturze (K. Irzykowski, X Muza, Zagadnienia estetyczne kina, Warszawa 1977).</p>	<p>D1pK_U06 D1pK_U18 D1pK_U21 D1pK_K08 D1pK_K10 D1pK_K11</p>
--	--	--	--	---	--

6.	Warsztaty animacji medialnej	W	P	20	2	<p>Celem kursu jest zapoznanie studentów z instytucjami i formami kultury funkcjonującymi w społeczeństwie informacyjnym oraz praktyczne przygotowanie do animacji kultury poprzez media oraz w środowiskach medialnych. Kurs przybliży studentom medialne formy „upowszechniania kultury”, prezentuje rynek pracy animatora oraz pozwala omówić techniki działań animacyjnych w lokalnych środowiskach (rozpoznanie środowiska, komunikacja społeczna, aktywizowanie grupy i organizowanie jej pracy). Istotnym elementem kursu są warsztaty przygotowujące do tworzenia projektów kulturalnych i animacji ich poprzez media. Ważnym celem kursu jest tworzenie nowej jakości masowej kultury medialnej poprzez edukację medialną, medialne projekty kulturalne oraz urzeczywistnianie kulturotwórczej roli mediów. Warsztaty animacji kultury medialnej łączą akademickie studia dziennikarskie i humanistyczne z elementami kształcenia artystycznego, z praktycznymi umiejętnościami integrowania i realizowania działalności kulturalnej w mediach i poprzez media.</p>	<p>D1pK_W01 D1pK_W11 D1pK_W23 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_U24 D1pK_U24 D1pK_K05 D1pK_K10 D1pK_K14</p>
7.	Dziennikarstwo muzyczne	W		20	2	<p>Celem zajęć jest rozwój intelektualny studenta w dziedzinie umiejętności sporządzania tekstów dziennikarskich dotyczących muzyki we wszystkich rodzajach mediów, oparty na triadzie Myslenie – Działanie –</p>	<p>D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_W17 D1pK_U09 D1pK_U12 D1pK_U14</p>

8.	Recepcja prasy lifestyle	W	20	2	<p>Doświadczenie. Zagadnienia poruszane podczas zajęć: Część teoretyczna – filozoficzna</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Czym jest muzyka? 2. Muzyka a człowiek. <p>Część teoretyczno-praktyczno-doswiadczalna</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. O umiejętności słuchania. 2. Jak pisać i mówić o muzyce? Elementy muzyczne. 3. Jak pisać i mówić o muzyce? Elementy pozamuzyczne. 4. Jak pisać i mówić o muzyce? Elementy formalne – ogólna struktura tekstu. 5. Jak pisać i mówić o muzyce? Problemy praktyczno-techniczne oraz etyczne w przygotowaniu i sporządzaniu tekstu. <p>Część teoretyczno-doswiadczalna</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Gatunki muzyczne – muzyka klasyczna. 2. Gatunki muzyczne – jazz i muzyka etniczna. 3. Gatunki muzyczne – muzyka rozrywkowa. 4. Gatunki muzyczne – muzyka religijna. 5. Jak to ująć w słowa? Gatunki dziennikarstwa muzycznego. Recenzja. 6. Jak to ująć w słowa? Gatunki dziennikarstwa muzycznego. Relacja. 7. Jak to ująć w słowa? Gatunki dziennikarstwa muzycznego. Wywiad. <p>Treść wykładów obejmuje umiejętność krytycznej analizy treści magazynów kolorowych. Opracowanie nowego formatu.</p>	<p>D1pK_K01 D1pK_K05 D1pK_K15</p>
						<p>D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_W17</p>

							<p>magazynu lifestylowego (w Issuu). Zagadnienia: 1. Prasa lifestylowa - wprowadzenie. 2. Wywiad, plener fotograficzny do prasy. Jak się przygotować? 3. Internetowe magazyny kolorowe. 4. Wojna informacyjna w prasie - wybrane przykłady z magazynów kolorowych. 5. Media - "biznes bardziej opłacalny niż sprzedaż ropy naftowej". 6. Funkcje kompensacyjne prasy kolorowej. 7. Magazyny specjalistyczne i hobbyistyczne. 8. Język magazynów kolorowych. "Mechaniczna panna młoda" - czyli wpływ przekazów medialnych na relacje między mężczyzną a kobietą. 9. Polskojęzyczne magazyny kolorowe - wydawca a zawartość. Agenda mediów opinii. Międzynarodowe koncerty medialne a unifikacja treści. 10. Magazyny opinii. 11. Opracowanie makiety magazynu lifestylowego.</p>	<p>D1pK_U08 D1pK_U16 D1pK_U17 D1pK_K02 D1pK_K03 D1pK_K04</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	---

2c. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności *public relations* z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Strategie public relations		W	P		20	2	<p>Treści programowe mają na celu przekazanie niezbędnej wiedzy oraz umiejętności praktycznych związanych z działaniami public relations w tym budowaniu strategii. Student potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne) w zakresie PR. Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, gospodarczych) w zakresie PR. Potrafi właściwie analizować przyuczyny i przebieg konkretnych procesów i zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych) w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych charakterystycznych dla procesu komunikacji. Posiada umiejętność przygotowywania strategii PR. Na podstawie modeli public relations omówiony zostanie proces komunikowania i postrzegania roli publiczności w tym procesie. Wiele uwagi zostanie poświęcone)</p>	<p>D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_W07 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K05 D1pK_K11 D1pK_K12</p>

		W		20	2	<p>zagadnieniom zwiázanym z rodzajami strategii i ich przygotowaniem. Przedstawione zostaná funkcje i obszary zastosowań PR. Zadania PR w instytucjach non-profit oraz w korporacjach. Modele organizacyjne PR w ró¿nych instytucjach. Tematyka zajięc np.: analiza grup otoczenia, taktyka i dobór narzędzi, formułowanie strategii. Narzędzia PR – umiejętności językowe, prasowe. Narzędzia PR – kontakty z otoczeniem. Marketing w czasie nowocześniejszym jako przykład strategii. Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi.</p>	
2.	Media relations	W		20	2	<p>Celem kursu jest nabycie umiejętności nawiązywania skutecznych relacji z mediami oraz troski o te relacje w toku pracy w zakresie public relations. Media relations są charakteryzowane jako kluczowa dziedzina PR na rynku informacyjnym. Student w oparciu o nabytą wiedzę i umiejętności wsparte doświadczeniem nabędzie kompetencje służące do samodzielnego przygotowanie, wdrożenia i utrzymania kontaktów z dziennikarzami w relacji na linii specjalista w dziedzinie PR – dziennikarz, opartej na modelu dwukierunkowym asymetrycznym i dwukierunkowym symetrycznym oraz modelu press relations. Treści kształcenia zogniskowane są wokół głównego tematu, jakim jest: media relations czyli jak i po co</p>	<p>D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W05 D1pK_W06 D1pK_U13 D1pK_U17 D1pK_U20 D1pK_U23 D1pK_K07 D1pK_K11 D1pK_K12</p>

		W		20	2	<p>współpracować z dziennikarzami i redakcjami? Studenci zostaną zapoznani z podstawowymi podziałami mediów oraz ich systematyką ze względu na rodzaj medium, sposób przekazu, zasięg, częstotliwość i profil. Następny blok informacji będzie związany z treściami, którymi zainteresowani są dziennikarze w toku współpracy z osobami odpowiedzialnymi za public relations instytucji.</p> <p>Równocześnie student zdobędzie określoną wiedzę na temat przepisów prawnych oraz zakresu kompetencji dziennikarza i specjalisty PR, które określają granice wpływu obu profesji.</p> <p>Kolejny blok tematyczny to zasady związane z przeprowadzaniem wywiadów oraz formalnych i nieformalnych rozmów z dziennikarzami (przewodnim hasłem tego bloku będzie autoryzacja). Z kolei studenci zostaną zapoznani z prawidłami podstępowania rzecznika prasowego oraz zakresem obowiązków osób, które z ramienia instytucji skierowane są do kontaktów z mediami. Na koniec studenci zapoznają się z poszczególnymi formami medialnymi oraz samodzielnie będą przygotowywać materiały dla dziennikarzy (case study).</p> <p>1. Wprowadzenie do problematyki działalności sektora non-profit: – podstawowe pojęcia: trzeci sektor (NGO), sektor non-profit, organizacje pozarządowe,</p>	<p>D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W19 D1pK_U14</p>
3.	Public relations w organizacjach non-profit						

						<p>– specyfika działań organizacji (cele społeczne), – podstawy prawne działalności organizacji non-profit 2. PR w organizacjach non-profit: – wykorzystanie narzędzi public relations, technik dziennikarskich i nowych mediów w budowaniu zaufania społecznego organizacji, – strategie budowania marki organizacji społecznych, – analiza wybranych organizacji w kontekście public relations – studia przypadku. 3. Analiza wybranych kampanii i reklam społecznych ze szczególnym uwzględnieniem zastosowanych narzędzi PR – studia przypadku.</p>	<p>D1pK_U18 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09</p>
4.	Reklama w mediach i marketing medialny	W		20	2	<p>Media i reklama we współczesnym społeczeństwie konsumpcyjnym. Znaczenie reklamy w komunikacji marketingowej. Marketing medialny struktura, elementy składowe i systematyka. Silna marka podstawa współczesnej komunikacji promocyjno-reklamowej. Przenysł reklamowy świat i Polska. Media jako nośniki reklamy. Zarządzanie reklamą rola agencji i rynek usług reklamowych. Planowanie strategiczne w reklamie. Kampania reklamowa elementy i etapy. Kreacja komunikatów reklamowych koncepcja, treść, slogan, wizualizacja. Planowanie i zarządzanie kampanią reklamową w mediach. Reklama</p>	<p>D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W10 D1pK_U06 D1pK_U12 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K10</p>

						<p>społeczna i polityczna w mediach. Rola i znaczenie badań w reklamie. Prawo i etyka w reklamie oraz w marketingu mediów. Metody promowania mediów.</p>	
5.	Narzędzia public relations	W		20	2	<p>Przekazanie studentom usystematyzowanej, praktycznej wiedzy dotyczącej warsztatu pracy PR-owca: – zasady planowania strategii komunikacyjnych i zarządzanie projektami PR, – rozumienie skuteczności użycia podstawowych narzędzi komunikacji, odpowiedniego ich doboru i zarządzanie nimi. Zajęcia mają charakter warsztatowy (ćwiczenia), studenci pracują indywidualnie oraz w grupach, opracowują prezentacje poszczególnych tematów zajęć, ćwiczą umiejętności wystąpień publicznych, samodzielnej pracy oraz pracy w zespole. Zagadnienia: 1. Wprowadzenie, omówienie i analiza pojęć z zakresu narzędzi PR na przykładzie wybranych, zrealizowanych projektów: 1. Komunikacja antykrzyzysowa / komunikacja kryzysowa. 2. Public Affairs i lobbying. 3. Media Relations. 4. Komunikacja wewnętrzna. 5. Content Marketing. 6. Custom Publishing. 7. Event komercyjny / event społeczny. 8. Launch nowego produktu, usługi lub firmy. 9. Corporate Social Responsibility (CSR).</p>	<p>D1pK_W03 D1pK_W04 D1pK_W21 D1pK_W23 D1pK_U04 D1pK_U20 D1pK_U21 D1pK_U23 D1pK_K05 D1pK_K12 D1pK_K14</p>

							<p>10. PR miejsca, miasta lub regionu. 11. Social media. 12. Business-to-Business (B2B). II. Analiza zakresu działań w obszarze public relations, realizowanych przez wybrane agencje PR działające w Polsce. III. Omówienie na przykładach wybranych zagadnień etyki w public relations, zapoznanie studentów z Kodeksem Etyki PSPR.</p>	<p>D1pK_W14 D1pK_W15 D1pK_W19 D1pK_U04 D1pK_U05 D1pK_U23 D1pK_K02 D1pK_K06 D1pK_K09</p>
6.	Komunikowanie wizerunkowe	W			20	2	<p>Celem zajęć jest: zdobywanie wiedzy o komunikacji wizualnej w dawnych wiekach i współcześnie, stosowanie kategorii pojęciowych z zakresu komunikacji wizualnej, poznawanie różnych metod interpretacji obrazu oraz określenia jego funkcji, rozpoznawanie sposobów oddziaływania obrazów na odbiorcę oraz metod perswazji wizualnej, nabycie zdolności rozumienia zjawisk wizualnych w kulturze współczesnej, dyskutowanie nad formami dawnej i współczesnej komunikacji wizualnej; Zagadnienia: 1. Czym jest obraz? Rola i funkcje wizerunków w dawnych wiekach – wprowadzenie. 2. Sposoby obrazowania w sztuce europejskiej od antyku do współczesności (analiza wybranych przykładów). 3. Metody analizy i interpretacji obrazu: Analiza formalna – kolor, plama, faktura, linia, kształt obrazu, kompozycja. Analiza ikonograficzna, ikonologiczna i semiologiczna. 4. Słowo i obraz – od emblemu do komiksu.</p>	

							<p>5. Zleceniodawcy obrazów – społeczna funkcja wizerunków.</p> <p>6. Potęga wizerunków, czyli o oddziaływaniu obrazu na odbiorcę. Obraz i kult.</p> <p>7. Antropologia obrazu.</p> <p>8. Percepcja wizualna cz. 1 – obraz jako narzędzie propagandy.</p> <p>9. Percepcja wizualna cz. 2 – świat reklamy.</p> <p>10. Współczesne środki komunikacji wizualnej – fotografia, film, wideo, media cyfrowe.</p>	
7.	Trening promocji, reklamy i public relations	W	P	20	2	<p>1. Zasada dobrych praktyk w zakresie PR.</p> <p>2. Najbardziej efektywne metody komunikacji.</p> <p>3. Praca w zespole – pozycja w grupie, kompetencje, zasady współpracy, podział odpowiedzialności.</p> <p>4. Opracowanie strategii i wskazanie optymalnych efektów planowanych działań wraz ze sposobem ich parametryzowania.</p> <p>5. Przygotowanie koncepcji i szczegółowego planu dla firmy bądź instytucji.</p> <p>6. Znajomość środowiska public relations (agencje PR, działy marketing/PR, komórki public relations) – zbieranie opinii i danych o działaniach PR prowadzonych w otoczeniu firmy/instytucji i w gronie jej interesariuszy.</p> <p>7. Analiza targetu – określenie mapy interesariuszy oraz wskazanie silnych i słabych stron, szans i zagrożeń wynikających z kontaktu z określonymi grupami odbiorców.</p>	<p>D1pK_W10</p> <p>D1pK_W15</p> <p>D1pK_W19</p> <p>D1pK_U04</p> <p>D1pK_U05</p> <p>D1pK_U21</p> <p>D1pK_U23</p> <p>D1pK_K02</p> <p>D1pK_K06</p> <p>D1pK_K09</p>	

							<p>8. Ustalenie jeden ze strategii do realizacji.</p> <p>9. Wybór właściwego programu komunikacji z klientem – przygotowanie planu dotarcia do interesariuszy przy użyciu odpowiednich narzędzi, technik, tekstów/projektów, planów wydarzeń towarzyszących.</p> <p>10. Media relations. Zdobycie wiedzy na temat dotychczasowych działań jednostki w relacji z mediami. Określenie dodatkowych potrzeb komunikacyjnych, sformułowanie zasad właściwego dotarcia do mediów i poprzez nie do grup odbiorczych.</p> <p>11. Komunikacja za pośrednictwem mediów tradycyjnych i nowych stosowanych narzędzi (m.in. jak pisać tekst do Sieci – media społecznościowe, blogi branżowe, oficjalne strony internetowe).</p> <p>12. Zaprezentowanie programu oraz wybór najlepszego projektu zaliczeniowego.</p> <p>13. Plan a osiągnięcie założonych celów – ewaluacja.</p> <p>14. Dyskusja nad możliwością zastosowania uniwersalnych zasad w kampaniach public relations. Po ukończeniu kursu słuchacz z łatwością będzie umiał zdefiniować takie pojęcia, jak: media relations, corporate identity, lobbying, sponsoring, event marketing, wydawnictwa własne, employer branding, sampling precyzyjny, sampling masowy, public affairs, crisis management,</p>	
--	--	--	--	--	--	--	---	--

									<p>ale przede wszystkim nie tylko w teorii, ale i w praktyce będzie umiał się nimi posługiwać i wdrażać je w praktyce zawodowej.</p> <p>Dobór instrumentarium działań public relations w odniesieniu do konkretnej sytuacji. Tworzenie planu i strategii kampanii PR. Praca z zespołem nad integracją działań z dziedzin pokrewnych PR, m.in. HR, marketing, promocja i reklama.</p> <p>Praca nad prezentacją planu kampanii PR w celu przekonania mocodawców do jej wdrożenia (tu także: elementy autoprezentacji, wystąpienia, publicznych, pracy w stresie). Trening z wyodrębnieniem kolejnych narzędzi PR, m.in. organizacja i prowadzenie konferencji prasowych, eventów, podstawy działań lobbyingowych i public affairs oraz warsztaty z umiejętności odpowiedniego reagowania w sytuacji kryzysowej.</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--	---

2d. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności realizacja radiowo-telewizyjna z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Realizacja dźwięku		W	P		20	2	<p>Poznanie podstaw toru fonicznego studia nagrań i studia radiowego. Podstawy nagrań i montażu. Obsługa oprogramowania do edycji dźwięku. Znajomość formatów</p>	<p>D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W23 D1pK_U14</p>

							<p>plików audio. Zagadnienia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawy toru fonicznego studiów nagraniowych i emisyjnych. Rodzaje mikrofonów i urządzeń do nagrań audio. 2. Nagrania wokalu 1 (Samodzielne i z realizatorem). 3. Montaż audio (Soundforge). 4. Podstawy oprogramowania do edycji wielościeżkowej (Pro Tools). 5. Montaż audio (Soundforge). 6. Nagrania w studiach radiowych. Emisja serwisów informacyjnych (nagrania z podkładem). 7. Montaż audio 1 (Soundforge). 8. Nagrania i montaż audycji muzycznych. 9. Montaż audio 2 (Soundforge). 10. Nagrania wokalu 2 (Samodzielne i z realizatorem). 11. Montaż audio 3 (Soundforge). 12. Nagrania w studiach radiowych. Specyfika pracy w studiach muzycznych i koncertowych. 13. Montaż audio 4 (Soundforge). 14. Temat zajęć dostosowany do bieżących zainteresowań studentów z zakresu realizacji dźwięku. 15. Podsumowanie i zaliczenie przedmiotu. 	<p>D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K12 D1pK_K14</p>
2.	Operator kamery/realizacja obrazu	W	P		20	2	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studenta z podstawową obsługą kamery telewizyjnej. Rodzajami oświetlenia i możliwością ich wykorzystywania. Praktyczna szkolenie z realizacji materiałów telewizyjnych. Tematyka zajęć:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Film jako sekwenca kadrów. 2. Rodzaje kadrów i ich znaczenie w opisywaniu świata. 	<p>D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U13 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23</p>

							<p>3. Percepcja oka ludzkiego versus widzenie kamery.</p> <p>4. Technika:</p> <p>A. obiektyw,</p> <p>B. głębia ostrości,</p> <p>C. ruch kamery (statyw, kamera z ręki, jazda kamerowa, translokacja),</p> <p>D. ruch wewnątrz kadrowy,</p> <p>E. perspektywa,</p> <p>F. przenoszenie kontrastu,</p> <p>G. warunki oświetleniowe high key – low key,</p> <p>H. temperatura barwowa.</p> <p>5. Kompozycja kadru (złoty podział),</p> <p>6. Rodzaje źródeł światła (ostre – rozproszone. Naturalne – sztuczne),</p> <p>7. Sposoby oświetlenia obiektu (kierunki światel):</p> <p>A. kierunek,</p> <p>B. wypełnienie,</p> <p>C. kontra.</p> <p>8. Plan filmowy. Przestrzeń poza kadrowa.</p> <p>9. Oś akcji.</p>	<p>D1pK_K01</p> <p>D1pK_K11</p> <p>D1pK_K12</p> <p>D1pK_K14</p>
3.	Realizacja wizji	W	P	20	2	<p>Student kończący kurs winien posiadać wiedzę o realizacji telewizyjnej i obsłudze komputera realizacyjnego "Tricaster". Celem przedmiotu jest: dziennikarstwo telewizyjne, obsługa miksera do realizacji telewizyjnej, realizacja programów, audycji i rozmów w studio.</p>	<p>D1pK_W12</p> <p>D1pK_W13</p> <p>D1pK_W17</p> <p>D1pK_U15</p> <p>D1pK_U16</p> <p>D1pK_U23</p> <p>D1pK_K01</p> <p>D1pK_K02</p> <p>D1pK_K09</p> <p>D1pK_K11</p>	
4.	Montaż obrazu	W	P	20	2	<p>Celami modułu jest przyswojenie przez studentów podstawowej wiedzy dotyczącej montażu obrazu, zarówno w ujęciu teoretycznym, jak</p>	<p>D1pK_W12</p> <p>D1pK_W13</p> <p>D1pK_W17</p>	

							<p>i praktycznym. Podczas zajęć teoretycznych studenci poznają historię montażu (montaż filmu niemelego i filmu dźwiękowego). Celem zajęć jest także uświadomienie roli montażu w procesie produkcji filmu, a także materiału telewizyjnego. Studenci zapoznają się z podstawowymi środkami wyrazu montażu i językiem filmu. Podczas teoretycznej części zajęć omówione zostanie także zjawisko manipulacji obrazem i pojęcie etyki, stanowiące status quo każdego montażysty. Zajęcia praktyczne mają na celu umożliwienie studentowi pracy na surowym materiale filmowym. Omówione zostaną podstawowe funkcje programu Adobe Premiere Pro, a także bardziej zaawansowane funkcjonalności programów do edycji wideo.</p>	<p>D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09</p>
5.	Prezenter radiowy	W	P		30	3	<p>Warsztaty przygotowują kompetentnych dziennikarzy radiowych, którzy potrafią posługiwać się specyficznym językiem informacji radiowej, znają zasady wystąpień na żywo, prowadzenia audycji i montażu oraz realizacji podstawowych gatunków dziennikarstwa radiowego: newska. Reportażu, wywiadu, a także prowadzenia programów publicystycznych i informacyjnych na żywo. Szczególny nacisk kładzie się na kompetencje związane z wystąpieniami przed mikrofonem oraz umiejętności techniczne, dotyczące obsługi nowoczesnego sprzętu w studiu radiowym.</p>	<p>D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_K11 D1pK_K12 D1pK_K14</p>

						Absolwent kursy przygotowany jest do pracy w newsroomach redakcji radiowych, zarówno publicznych i komercyjnych. Posiada również umiejętności potrzebne do prowadzenia programów publicystycznych. Warsztaty przygotowują kompetentnych prezenterów i realizatorów radiowych.	
6.	Prezenter telewizyjny	W	P	30	3	<p>Nauka w praktyce różnych form prezentowania programów na antenie telewizyjnej. W czasie zajęć studenci dowiedzą się, jak powstaje program informacyjny i jaka jest w nim rola prezentera. Jak powinny wyglądać zapowiedzi prezenterские, jak jest ich konstrukcja i jak powinny być przedstawiane. Będą pisać zapowiedzi do materiałów realizowanych przez telewizję UPP/2b, ale także na podstawie zapowiedzi z anten różnych programów informacyjnych zauważać, które są prawidłowe.</p> <p>Dzięki zajęciom realizowanym w pracowni telewizyjnej będą uczyć się, jak zrozumiale dla widza przekazywać informacje i tego, jak prezenter powinien wyglądać (stroj, fryzura, biżuteria) i zachowywać się w studiu (postawa, mowa ciała). Będą nagrywać zapowiedzi, pracować z prompterem – potem wyniki tej pracy będą analizowane podczas zajęć. Poza pracą nad zapowiedziami informacyjnymi, studenci będą poznawać specyfikę wejść na żywo do programów i formacyjnych, sportowych i publicystycznych. Będą się także</p>	D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W16 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K09

								uczyć prowadzenia rozmowy w plenerze i w studiu. Osobne zajęcia poświęcone będą pracy prezentera pogody. Podczas wszystkich zajęć studenci dowiedzą się jak podczas programów telewizyjnych wygląda współpraca różnych grup zawodowych – prowadzących, wydawców, kierowników produkcji, operatorów, dźwiękowców, odpowiedzialnych za światło – i jaka jest ich rola przy powstawaniu programu.	
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2e. Wykaz zajęć (przedmiotów) dla specjalności *technologia komunikowania i grafika medialna z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się*

L.p.	Nazwa zajęć (przedmiotu)	H/S	W	P/N	Typ zajęć (przedmiotu) (np. specjalnościowy, modułowy)	Łączna liczba godzin	Łączna liczba punktów ECTS	Treści programowe	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbol KEU)
1.	Grafika komputerowa i rzeczywistość wirtualna		W	P		40	4	<p>Treścią kształcenia są zajęcia w laboratorium komputerowym w oparciu o oprogramowanie typu: Autodesk Maya 2018 (dostępna jest darmowa wersja studentka).</p> <p>Podczas zajęć, praktycznie uczone są receptury Nowoczesnej Grafiki Komputerowej i jest dokonywana analiza i kontekst realizowanego elementu (jako wykład + dyskusja ze studentami). Jednostkami dydaktycznymi są tu:</p> <p>1. Wprowadzenie do Współczesnej Grafiki Komputerowej;</p> <p>2. Opanowanie interfejsu oprogramowania Maya 2018.</p>	<p>D1pK_W01</p> <p>D1pK_W11</p> <p>D1pK_W12</p> <p>D1pK_U13</p> <p>D1pK_U15</p> <p>D1pK_U20</p> <p>D1pK_U23</p> <p>D1pK_K05</p> <p>D1pK_K09</p> <p>D1pK_K14</p>

						<p>3. Robimy mały samolocik i prostą animację metodą klatek kluczowych.</p> <p>4. Prosty kieliszek na wino jako powierzchnia obrotowa.</p> <p>5. Tło obiektu, operowanie światłem i kamera.</p> <p>6. Kółka zębate jako obiekty złożone.</p> <p>7. Kadlub jachtu.</p> <p>8. Koncepcja szkieletu na przykładzie słynnej animacji „Luxo Jr: f-my PIXAR.</p> <p>9. Szkielet i skóra istoty.</p> <p>10. Robimy twarz ludzką.</p> <p>11. Robimy włosy.</p> <p>12. Zjawiska fizyczne w grafice komputerowej.</p> <p>13. Ciecze, gazy, dym.</p> <p>14. Wirtualna Rzeczywistość.</p> <p>15. Systemy Motion Capture (MoCAP).</p>	<p>D1pK_W12 D1pK_W13 D1pK_W17 D1pK_U14 D1pK_U15 D1pK_U16 D1pK_U23 D1pK_K01 D1pK_K12 D1pK_K14</p>
<p>2.</p> <p>Warsztaty fotografii studyjnej, produktowej i reklamowej</p>		<p>W</p>	<p>P</p>		<p>20</p>	<p>2</p>	<p>Celem kształcenia jest wypracowanie kreatywnego podejścia do tematów związanych ze sztuką i z życiem codziennym. Zostanie to osiągnięte poprzez zdobywanie umiejętności z zakresu kompozycji tj: świadomego budowania obrazu, który jest jednocześnie przekazem idei, informacji, ale także emocji. Z tego względu ważne jest aby studenci używali aparatów fotograficznych nie modyfikując obrazu po jego zrobieniu. Od studentów na tym etapie pracy wymaga się przede wszystkim zdjęć tzw. niekadrowanych, tj: świadomego wyboru kadru w momencie fotografowania, nie w czasie</p>

							<p>obróbki cyfrowej. Dlatego bardzo ważny jest temat i jego adekwatne przedstawienie za pomocą świadomie wybranego obrazu. Student musi zdobyć przekonanie, że fotografia artystyczna nie może być dziełem przyypadku, ale zaplanowanym, świadomym działaniem i wyborem.</p>	
3.	Użytkowe projektowanie DTP	W	P	20	2	<p>1. Wstęp: czym jest i do czego służy program InDesign. Wprowadzenie podstawowych pojęć z dziedziny DTP. 2. Zapoznanie z interfejsem programu InDesign. Tworzenie nowego dokumentu. 3. Struktura stron i układ dokumentu w programie InDesign (w tym m.in. linie pomocnicze, marginesy, spady, strony wzorcowe, sekcje, nagłówki). 4. Wprowadzenie w specyfikę polskiej typografii. Praca z tekstem w programie InDesign. 5. Praca z kolorem, grafiką i fotografiami w programie InDesign. 6. Przygotowanie dokumentu do druku w programie InDesign, jak również przygotowanie go w formie elektronicznej (jako plik pdf). 7. Samodzielne złożenie dokumentu typu: broszura, ulotka, plakat i przygotowanie go do druku zgodnie z technicznymi wymogami.</p>	<p>D1pK_W15 D1pK_W21 D1pK_W23 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_U24 D1pK_K02 D1pK_K09 D1pK_K14</p>	
4.	Technologia cyfrowej edycji obrazu – projektowanie promocyjne	W	P	20	2	<p>Zajęcia praktyczne, podczas których studenci w grupach przygotowują projekt kampanii promocyjnej z wykorzystaniem narzędzi do edycji obrazu. Praca w grupach odbywa się metodą design thinking.</p>	<p>D1pK_W05 D1pK_W15 D1pK_W23 D1pK_U02 D1pK_U22</p>	

							<p>Projekt zakłada wielozadaniowość, podejmowanie współpracy, reagowanie w sytuacjach kryzysowych i rozwiązywanie problemów. Zagadnienia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Omówienie programu warsztatów oraz zasad zaliczenia przedmiotu. Konfrontacja z oczekiwaniami studentów. 2. Współczesne formy komunikacji promocyjnej – dobre przykłady. 3. Cele kampanii promocyjnych: <ul style="list-style-type: none"> – Wywieranie wrażenia; – Wywieranie wpływu; – Budowanie relacji. 4. Niezbędne elementy skutecznej promocji: <ul style="list-style-type: none"> – Do kogo mówimy? Grupa docelowa; – Co chcemy powiedzieć? Formułowanie przekazu; – Jak chcemy to powiedzieć? Forma przekazu (obraz, video, tekst); – Gdzie chcemy komunikować? Dobór mediów. 5. Etapy przygotowania kampanii promocyjnej – prezentacja i dyskusja. 6. Twórcze rozwiązywanie problemów – metoda design thinking. 7. Utworzenie zespołów twórczych. Etap 1 – wyryślenie promowanej inicjatywy. 8. Praca w grupach: <ul style="list-style-type: none"> – Zdefiniowanie problemu; – Doprecyzowanie ogólnej koncepcji kampanii promocyjnej; – Generowanie pomysłów; Burza mózgów; – Wybór najlepszego pomysłu; 	<p>D1pK_U23 D1pK_U24 D1pK_K01 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K09</p>
--	--	--	--	--	--	--	--	--

							<ul style="list-style-type: none"> - Zgromadzenie potrzebnych narzędzi; - Wizualizacja pomysłu. 9. Prezentacja projektów przez grupy. 	
5.	Web design i e-content	W	P	20	2	<ul style="list-style-type: none"> 1. Krótka historia internetu. 2. Technologie w sieci. 3. Responsive web design. 4. Mobile first. 5. Projektowanie jako proces. 6. Treści i architektura informacji na stronie www. 7. Nawigacja w praktyce. 8. Przygotowanie treści. 9. Grafika na stronach www. 10. Projektowanie w oparciu o zasoby. 11. Typografia w sieci. 12. Kolory w sieci. 13. Narzędzia procesu projektowania. 14. Wydajność stron www. 15. Pozycjonowanie i promocja. 	<ul style="list-style-type: none"> D1pK_W15 D1pK_W21 D1pK_W23 D1pK_U12 D1pK_U23 D1pK_U24 D1pK_K03 D1pK_K04 D1pK_K14 	
6.	Laboratorium grafiki interaktywnej i animacji	W	P	20	2	<p>W ramach zajęć student zapozna się z zagadnieniami związanymi z wizualizacją systemów informacji przestrzennej oraz generowaniem grafiki dla aplikacji, filmu czy gier komputerowych. Zajęcia mają przygotować studenta do kreowania ruchomego obrazu oraz stosowania narzędzi i technologii do projektowania i realizacji animacji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> D1pK_W15 D1pK_W21 D1pK_W23 D1pK_U15 D1pK_U23 D1pK_U24 D1pK_K02 D1pK_K04 D1pK_K09 D1pK_K14 	

3. Zasady i formy odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów przewiduje praktyki

Integralną część procesu kształcenia w ramach studiów pierwszego stopnia na kierunku „dziennikarstwo i komunikacja społeczna” Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie są praktyki studenckie w wymiarze 480 godzin. Ich celem jest przygotowanie absolwentów do pracy w szeroko rozumianym obszarze współczesnych mediów w praktycznym wymiarze dziennikarstwa, edukacji medialnej i dziennikarskiej, animacji kultury medialnej i public relations oraz produkcji radiowo-telewizyjnej.

Praktyki planowane są w Instytucjach, których pracownicy gwarantują fachową wiedzę i umiejętności w obszarze studiów kierunkowych i specjalnościowych. Studenci pracując pod opieką specjalistów będą mieli okazję do nabywania kompetencji i doświadczeń zawodowych aby dobrze przygotować się do zawodu dziennikarza pracującego w mediach masowych przy użyciu nowych technologii (prasa, radio, telewizja, Internet), do zawodu trenera dziennikarstwa i mediów w obszarze kultury medialnej, edukacji i animacji medialnej, jako fachowiec relacji z mediami oraz public relations, do pracy w obszarze realizacji radiowo-telewizyjnej oraz w obszarze logistyki mediów.

W celu zapewnienia możliwości odbywania opisanych powyżej praktyk Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie podpisał listy intencyjne z trzydziestoma dwoma Instytucjami o różnicowanym profilu działalności. Tak szeroki wachlarz Instytucji, prowadzących działalność związaną z dziennikarstwem i komunikacją społeczną, pozwala realizować praktyki zgodne z wybraną specjalnością i zainteresowaniami studenta.

4. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiąganym przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia

Weryfikacja obejmuje wszystkie kategorie obszarów (wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne). Dokumentowana jest na bieżąco w protokołach zaliczenia przedmiotu i w kartach okresowych osiągnięć studenta w postaci podpisanych wydruków danych elektronicznych. Ponadto prace zaliczeniowe, seminaryjne, egzaminacyjne oraz inne materiały stanowiące potwierdzenie zdobycia przez studenta założonych w programie kształcenia efektów uczenia się w formie papierowej i elektronicznej są archiwizowane w archiwum UPPPII.

Końcowa weryfikacja realizacji efektów uczenia się odbywa się poprzez obronę pracy dyplomowej i złożenie egzaminu magisterskiego.

Przyjmuje się, że:

1. Egzamin lub zaliczenie kończące przedmiot może mieć formę pisemną lub ustną. Uzyskanie oceny pozytywnej jest jednoznaczne z tym, że student opanował, przynajmniej w stopniu dostatecznym, wiedzę i umiejętności przewidziane programem kształcenia danego przedmiotu; w przypadku przedmiotów, w ramach których oprócz wykładu prowadzone są ćwiczenia, przed przystąpieniem do egzaminu student uzyskuje zaliczenie ćwiczeń.
2. Zaliczenia z przedmiotów, które nie kończą się egzaminem student uzyskuje na zasadach określonych w sylabusie przedmiotu.

Do najczęściej stosowanych metod weryfikacji osiągnięcia zakładanych efektów kształcenia należą:

- a. egzaminy pisemne i ustne ograniczone czasowo,
- b. egzaminy pisemne i ustne z dostępem i bez dostępu do materiałów dydaktycznych,
- c. samodzielnie przygotowywane prace pisemne,
- d. ocenianie ciągłe,
- e. kolokwium,
- f. prezentacje multimedialne prowadzone i przygotowywane indywidualnie lub grupowo,

- g. przygotowanie projektu,
 - h. przygotowanie referatu lub wystąpienia np. na konferencji naukowej,
 - i. wypowiedzi ustne, aktywność w dyskusji,
 - j. zadania wykonywane w grupie, zarówno w trakcie zajęć z nauczycielem akademickim, jak i w trakcie czasu przeznaczanego na prace własne studenta,
 - k. analiza przypadków, tzw. case study,
 - l. ocena pracy przy przygotowaniu pracy dyplomowej,
 - m. egzamin dyplomowy/obrona pracy.
- Do metod weryfikacji efektów kształcenia uzyskiwanych w procesie realizacji praktyk studenckich należą:
- a. wypełnienie dzienniczka praktyk,
 - b. przygotowanie sprawozdania z praktyk.

Troska o weryfikację i ocenę osiągniętych przez studenta efektów kształcenia jest ważnym elementem procesu edukacji. Dlatego zaprezentowano szeroką gamę metod ich sprawdzania. Dzięki niej zostaną zrealizowane postulaty wynikające z założeń Krajowych Ram Kwalifikacyjnych, a nasi studenci zyskają poczucie satysfakcji z rzetelnej weryfikacji i oceny swej pracy.

Objaśnienie oznaczeń:

H/S – zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych / zajęcia z dziedziny nauk społecznych (student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, łącznie nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne)

W – zajęcia do wyboru (zajęcia, którym przypisano punkty ECTS w wymiarze łącznym nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów)

P/N – w przypadku kierunku studiów:

- o profilu praktycznym – P oznacza zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do uzyskania studiów;

- o profilu ogólnoakademickim – N oznacza zajęcia związane z prowadzoną w UPPiI działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w wymiarze łącznym większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia danych studiów i uwzględnia udział studentów w zajęciach przygotowujących do prowadzenia działalności naukowej lub udział w tej działalności

KEU – kierunkowe efekty uczenia się