



**UCHWAŁA NR 85/2023
SENATU UNIWERSYTETU WROCŁAWSKIEGO
z dnia 26 kwietnia 2023 r.**

**w sprawie programu studiów dla kierunku *Journalism and Social Communication*
na poziomie studiów drugiego stopnia**

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. 2022 poz. 574, z późn. zm.) uchwała się, co następuje:

§ 1. Senat Uniwersytetu Wrocławskiego ustala program studiów dla kierunku *Journalism and Social Communication* na poziomie studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim dla cykli kształcenia rozpoczynających się od roku akademickiego 2023/2024 w brzmieniu określonym w załączniku do niniejszej uchwały.

§ 2. Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Przewodniczący Senatu UWr
Rektor: *prof. R. Olkiewicz*

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa kierunku studiów: **Journalism and Social Communication (Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna)**

Poziom studiów: **studia drugiego stopnia**

Poziom kwalifikacji: **7 Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej**

Profil kształcenia: **ogólnoakademicki**

Nazwa wydziału: **Wydział Filologiczny**

1. Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, w których prowadzony jest kierunek studiów.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział dyscyplin	Dyscyplina wiodąca (ponad połowa efektów uczenia się)
nauki społeczne	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%	nauki o komunikacji społecznej i mediach

2. Tabela procentowego udziału liczby punktów ECTS w łącznej liczbie punktów ECTS dla każdej z dyscyplin kierunku.

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział liczby punktów ECTS w łącznej liczbie punktów ECTS dla każdej z dyscyplin
nauki społeczne	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%

3. Informacje ogólne o programie studiów.

Liczba semestrów	4
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów na danym poziomie	120 (studia stacjonarne) 120 lub 125 (studia niestacjonarne)
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Forma studiów	studia stacjonarne studia niestacjonarne

Kod ISCED	0321
Liczba punktów ECTS obejmująca zajęcia do wyboru	36
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	120 lub 125
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	7
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka obcego lub lektoratu języka polskiego	4 lub 9
Łączna liczba godzin realizowanych na kierunku	904 lub 964 (studia stacjonarne) 558 lub 618 (studia niestacjonarne)

4. Opis efektów uczenia się zdefiniowanych dla programów studiów w odniesieniu do charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji dla kwalifikacji na poziomach 6-7 uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki.

Symbol efektu uczenia się dla programu studiów	<u>Efekty uczenia się dla kierunku studiów</u> Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku <i>Journalism and Social Communication</i> absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK (kody)
WIEDZA		
K_W01	ma pogłębioną wiedzę o miejscu i znaczeniu nauk o komunikacji społecznej i mediach w systemie nauk, rozumie tendencje rozwojowe dyscypliny oraz jej relacje do innych dyscyplin naukowych, a także ma pogłębioną wiedzę na temat teoretycznych aspektów komunikacji medialnej i innych aspektów profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej, także w środowisku międzynarodowym i międzykulturowym	P7S_WG
K_W02	zna na poziomie pogłębionym terminologię nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich teorie naukowe właściwe dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji międzykulturowej	P7S_WG
K_W03	zna i rozumie w pogłębionym stopniu kluczowe zagadnienia podbudowane uporządkowaną wiedzą teoretyczną oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej związane z wiedzą o mediach i komunikacji społecznej, zwłaszcza komunikacją międzykulturową	P7S_WG
K_W04	ma pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, wiedzę szczegółową w zakresie wybranej tematyki dotyczącej nauk o komunikacji społecznej i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji międzykulturowej	P7S_WG

K_W05	zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, analizy, interpretacji, wartościowania i problematyzowania odpowiednie dla nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz stosowane w praktyce zawodów dziennikarskich i powiązanych z zarządzaniem komunikacją, a także metodykę wykonywania zadań, normy, procedury, narzędzia, technologie i dobre praktyki stosowane w działalności medialnej i okołomedialnej, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań międzynarodowych i międzykulturowych	P7S_WG
K_W06	zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w sektorze mediów, a także pojęcia, regulacje i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego oraz identyfikuje prawne uwarunkowania działalności medialnej i okołomedialnej, z uwzględnieniem specyfiki międzynarodowej	P7S_WK
K_W07	zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji, a także wybrane aspekty współczesnej kultury oraz zasady i możliwości aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym	P7S_WK
K_W08	zna metody i zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi zbudować, zarówno ustnie, jak i na piśmie w języku angielskim, spójny wywód o charakterze argumentacyjnym, odwołując się do własnych i cudzych poglądów, pozwalający na komunikowanie się na specjalistyczne tematy z zakresu nauk o komunikacji społecznej mediach ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, także z różnych krajów i kultur	P7S_UW P7S_UK
K_U02	potrafi zbudować w języku angielskim obszerną wypowiedź pisemną o charakterze naukowym, zwłaszcza z zakresu wiedzy o mediach i komunikacji społecznej	P7S_UW P7S_UK
K_U03	posiada pogłębione umiejętności badawcze, obejmujące analizę prac innych autorów, syntezę różnych idei i poglądów, dobór metod i konstruowanie narzędzi badawczych, opracowanie i prezentację wyników, zakładające stosowanie zaawansowanych technik informacyjnych, pozwalające na oryginalne rozwiązywanie złożonych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także pogłębione umiejętności rozwiązywania zadań praktycznych związanych z komunikacją interpersonalną i medialną, dziennikarstwem oraz innymi formami profesjonalnego komunikowania w sferze publicznej, ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań międzykulturowych	P7S_UW P7S_UK
K_U04	potrafi porozumiewać się w kwestiach szczegółowych ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym ze specjalistami w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także przedstawicielami branży medialnej i okołomedialnej, także pochodzącymi z różnych krajów i kultur	P7S_UK
K_U05	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i integrować informacje z różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy, potrafi także zdobyć wiedzę z różnych dyscyplin społecznych i humanistycznych i stosować ją w nowych sytuacjach	P7S_UW
K_U06	potrafi samodzielnie pogłębiać uzyskaną wiedzę, a także potrafi celowo i skutecznie zastosować w sytuacjach zawodowych zdobyte umiejętności, ponadto potrafi efektywnie dostosować i modyfikować wiedzę i umiejętności do potrzeb zawodowych (analizować problemy oraz rozwiązywać zadania o charakterze praktycznym z zakresu wiedzy o mediach i komunikacji społecznej, a także mogących wystąpić przy realizacji zadań charakterystycznych dla zawodów medialnych i okołomedialnych)	P7S_UU

K_U07	potrafi posługiwać się ważnymi dla nauk o komunikacji społecznej i mediach paradygmatami, koncepcjami teoretycznymi i pojęciami oraz zastosować je dla działań poznawczych oraz w różnych sytuacjach profesjonalnych mogących wystąpić przy realizacji zawodów medialnych i okołomedialnych, także w warunkach międzynarodowych i międzykulturowych	P7S_UW
K_U08	potrafi zorganizować pracę zespołu, także międzynarodowego i międzykulturowego, współdziałać w nim i sprawnie nim kierować	P7S_UO
K_U09	potrafi planować i realizować proces permanentnego uczenia i doskonalenia się; potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób	P7S_UU
K_U10	potrafi gospodarować czasem i realizować w wyznaczonych terminach, samodzielnie lub w zespole, określone zadania, ponadto potrafi dokonać wyboru optymalnego rozwiązania i skutecznie przekonać do swoich racji, a także jest odpowiedzialny za wyniki uzyskane w pracy zespołowej	P7S_UO P7S_UU
K_U11	potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych tekstów i wytworów kultury materialnej stosując oryginalne podejścia, uwzględniające aktualne osiągnięcia nauk społecznych, w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego, miejsca w procesie historyczno-kulturowym, ponadto potrafi dokonywać krytycznej analizy sposobu funkcjonowania rozwiązań technicznych charakterystycznych dla branży medialnej i okołomedialnej	P7S_UW P7S_UK
K_U12	potrafi komunikować się w języku nowożytnym obcym na poziomie zgodnym z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, ponadto uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych z obszaru komunikacji społecznej i mediów, a także jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7S_KK
K_K02	rozumie zasady pluralizmu kulturowego, a także jest gotów w praktyce stosować wiedzę o mechanizmach komunikacji interkulturowej	P7S_KO
K_K03	ma świadomość znaczenia zasad etyki zawodowej medialnych i okołomedialnych profesji i uczciwości intelektualnej w działaniach własnych i innych osób, a także jest gotów postępować zgodnie z tymi zasadami i je rozwijać	P7S_KR P7S_KO
K_K04	jest gotów do świadomego przyjęcia znaczenia wiedzy o komunikacji społecznej i mediach, a także wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K05	jest gotów do świadomego przyjęcia współodpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy oraz uczestniczenia w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze	P7S_KO
K_K06	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, do współpracy i współdziałania, negocjacji, posługiwania się metodami i narzędziami zarządzania własną ścieżką kariery zawodowej	P7S_KO
K_K07	jest gotów do odpowiedzialnego i etycznego pełnienia ról zawodowych związanych z branżą medialną i okołomedialną, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania dorobku zawodów medialnych i okołomedialnych oraz podtrzymywania ich etosu	P7S_KR

Objaśnienie symboli:

PRK – Polska Rama Kwalifikacji

P6S_WG/P7S_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K_W - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K_U - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K_K - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się

5. Treści programowe. Efekty uczenia się dla przedmiotów.

I.p.	Nazwa przedmiotu	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Contemporary Polish and Global Culture Współczesna kultura polska i światowa	Teoria kultury i problemy badania kultury współczesnej. Wybrane teorie kultury. Nauki o kulturze jako nauki podstawowe. Komunikacja, media i przemiany cywilizacji. Związki konsumpcji, zabawy i religii: ich implikacje dla kultury. Metamorfozy ciała. Pamięć kulturowa. Czas celebrytów i mediatyzacja. Kicz w kulturze współczesnej. Sztuka jako obszar testowania kultury.	K_W07 K_U11 K_K05
2.	Theories of Communication Teorie komunikacji	Nauka o komunikowaniu jako dyscyplina teoretyczna. Różnorodność szkół i paradygmatów. Komunikowanie – próba definicji. Cechy komunikowania. Istota komunikowania. Znak, znaczenie, paradygmat, syntagma, kod. Denotacja i konotacja. Retoryka obrazu. Typy komunikowania wyróżniane ze względu na kontekst: komunikowanie interpersonalne, cechy charakterystyczne, efektywność; komunikowanie grupowe, komunikowanie a struktura w grupie; komunikowanie masowe. Cechy, spory wokół pojęcia, oddziaływanie mediów masowych. Dyskurs medialny, rola mediów w kształtowaniu przekazu.	K_W01, K_W04 K_U01, K_U07 K_K04
3.	Press Workshop Warsztat prasowy	Polemika prasowa, obiektywizm dziennikarski, bezstronność, oddzielenie informacji od komentarza. Tytułowanie tekstów, zasady, praktyka dziennikarska. Komentarz prasowy, struktura, cechy genologiczne, zasady przygotowania. Recenzja w prasie, gatunki oceniające, dziennikarstwo specjalistyczne. Wywiad prasowy, dziennikarz jako pytający, przygotowanie do przeprowadzenia wywiadu. Zasady redagowania, autoryzacji i publikacji wywiadu prasowego, praca z tekstem. Relacje dziennikarz -redaktor – wydawca oraz rzecznik prasowy – dziennikarz, służby prasowe – dziennikarz.	K_W03 K_U01, K_U04, K_U05 K_K07
4.	Academic writing Pisanie akademickie	Charakterystyka stylu akademickiego. Używanie źródeł - wyszukiwanie i ocena akademickich tekstów krytycznych. Struktura akapitu. Pisanie wstępu, zakończenia. Pisanie streszczenia, parafrazy. Struktura artykułu naukowego. Polityka antyplagiatowa. Zasady dokumentowania źródeł na przykładzie MLA oraz APA. Argumentowanie. Odnoszenie się do kontrargumentów.	K_W02 K_U01, K_U02 K_K03
5.	Public Relations Public relations	Charakterystyka public relations – definicje, funkcje, ewolucja rozumienia PR. Public relations w ujęciu modelowym – przedstawienie i porównanie podstawowych modeli public relations. Zasady opracowywania programu public relations (analiza sytuacji	K_W04, K_W08 K_U03, K_U08 K_K03

		wyjściowej organizacji, ustalenie celów PR i metod ich realizacji, określenie publiczności PR, zaplanowanie harmonogramu działań, określenie budżetu, przedstawienie sposobu weryfikacji planu). PR wewnętrzny (objaśnienie istoty działań z zakresu PR wewnętrznego i omówienie przykładowych przedsięwzięć: imprezy pracownicze, jubileusze i inne imprezy okolicznościowe, gazetki firmowe, wewnętrzna strona internetowa). PR zewnętrzny (objaśnienie istoty działań z zakresu PR zewnętrznego, ustalenie publiczności). Zarządzanie sytuacją kryzysową: rodzaje kryzysów, przebieg sytuacji kryzysowej, uczestnicy kryzysu, program interwencji kryzysowej, zasady postępowania. Etyka w działalności PR: kodeksy i antykodeksy etyczne, „kodeksowa postawa moralna”, neutralizacja norm etycznych.	
6.	Autopresentation and Public Speech Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Rozpoznawanie słuchacza/audytorium. Sztuka opowiadania o sobie i sztuka perswazji. Ustalanie tematów autonarracji i przemówień. Techniki komponowania i kształtowania stylu wypowiedzi w bezpośrednim kontakcie z audytorium. Odpowiedni dobór dowodów, toposów i środków emocjonalnych do autoprezentacji i do przemówień. Budowanie form argumentacyjnych, odpieranie zarzutów. Rozpoznawanie sofizmatów i chwytów erystycznych. Sztuka zapamiętywania tekstu (lub jego elementów) oraz umiejętne posługiwanie się tekstem wystąpienia w sytuacji, gdy treść nie została zapamiętana. Pokonywanie lęku przed występowaniem, pozytywne wykorzystywanie tremy, techniki relaksacyjne. Utrzymywanie kontaktu z publicznością, podtrzymywanie uwagi słuchaczy. Odpowiednie użyciu głosu (w zakresie słyszalności, wyrażności i wyrazistości). Odpowiednie użycie ruchu, tzw. mowa ciała, estetyka gestu, mimika. Przygotowywanie scenografii wystąpienia (odpowiednia przestrzeń). Znaczenie stroju podczas autoprezentacji i wystąpień publicznych. Reżyseria akcji retorycznej (integrowanie środków werbalnych i niewerbalnych) wobec potrzeby naturalności wystąpienia, jego zgodności z indywidualną ekspresją osoby. Sztuka dyskusji, odpowiadanie na pytania jako część wystąpienia publicznego.	K_W03 K_U04, K_U12 K_K06
7.	Media Genres Gatunki medialne	Pojęcie genologii. Geneza i ewolucja gatunków dziennikarskich, definicja gatunku, kryteria podziału gatunków, wzorzec gatunkowy jako zbiór reguł, sygnały gatunkowe. Prasowe gatunki dziennikarskie – informacja, podział, kryteria podziału. Gatunki prasowe, teoria gatekeepingu, infotainment, sprawozdanie, infografia, infografika, fotografia prasowa. Wywiad – geneza, cechy gatunkowe, odmiany, pytania, interakcja, role dziennikarza, fait divers. Gatunki publicystyczne – cechy, kryteria podziału; komentarz, artykuł, artykuł wstępny, felieton. Reportaż w prasie, feature. Serwis informacyjny w radiu publicznym i komercyjnym – analiza i porównanie, magazyn radiowy, audycja dokumentalna. Inne formy radiowe: reportaż, słuchowisko, radiowy komentarz autorski, felieton radiowy. Gatunki telewizyjne: film telewizyjny, film dokumentalny, magazyn telewizyjny (informacyjny, tematyczny), program poranny, program informacyjny (serwis), program popularnonaukowy, program publicystyczny, program rozrywkowy, program sportowy, reality show, reportaż telewizyjny, soap opera, serial telewizyjny, sitcom, telenowela, telenowela dokumentalna, talk-show, teatr telewizji, teleturniej. Nowe media i problemy gatunkowości.	K_W01 K_U07, K_U09 K_U11 K_K01

8.	Foreign Language Język obcy	Program lektoratu B2+ obejmuje tematykę związaną ze studiowaną dziedziną. Treści programowe mają na celu wzbogacenie słownictwa specjalistycznego, związanego ze studiowanym kierunkiem, jak również utrwalenie i pogłębienie kompetencji językowych, dlatego podczas prowadzonych zajęć realizowane ćwiczenia ukierunkowane są na słuchanie, mówienie, czytanie i pisanie.	K_W07 K_U05, K_U12 K_K02
9.	Polish Language Język polski jako obcy	Program zajęć ma na celu adaptację językową w nowym miejscu. Uzyskanie podstawowej sprawności komunikacyjnej ułatwiającej podtrzymywanie rozmowy w realnych i ważnych dla studentów polach tematycznych (lektorat języka polskiego, rozmowa z nauczycielem, wykładowcami, koordynatorem, komunikacja miejska, zakupy, sytuacje w akademiku, w dziekanacie/sekretariacie) oraz opanowanie podstawowych zasad etykiety językowej. Kształtowanie elementarnej kompetencji interkulturowej poprzez wprowadzanie polskich realiów socjokulturowych. Wywołanie u uczących się poczucia subiektywnej użyteczności języka polskiego. Leksykalne wprowadzanie struktur gramatycznych ważnych dla codziennej komunikacji. Metody nauczania zostały oparte na dwóch podejściach: komunikacyjnym i zadaniowym.	K_W07 K_U05 K_K02
10.	Methods of Media Research Metody badań medi- oznawczych	Naukowe opisywanie świata mediów i zjawisk komunikologicznych. Istota metody naukowej. Metody poznawcze. Procedury badawcze. Istota hipotezy i pytania badawczego. Kluczowe elementy badań. Pojęcia i konstrukty. Zmienne jako element poszukiwań zależności między zjawiskami społecznymi i medialnymi. Zmienne zależne i niezależne. Próbkowanie. Zależności między populacją a próbką. Sposoby konstruowania próby badawczej. Zasada reprezentatywności próby wobec badanej populacji. Błąd próbkowania. Metody badań jakościowych. Cele badań jakościowych. Zalety i uzasadnienie stosowania badań jakościowych. Obserwacje terenowe. Grupy fokusowe. Metody badań jakościowych. Studia przypadku. Wywiady pogłębione. Metodologia tworzenia sprawozdań z metod jakościowych. Analiza treści i zawartości przekazów medialnych. Uzasadnienie stosowania analizy treści. Etapy analizy treści i jej ograniczenia. Wiarygodność i trafność. Metody badań sondażowych. Użyteczność badań sondażowych. Zasady formułowania pytań. Struktura kwestionariusza ankiety. Praktyka badań ankietowych. Trudności w pracy ankietera. Etyka badań ilościowych. Podstawowe trudności w budowaniu kwestionariusza ankiety. Praktyka badań mediów drukowanych. Typologia badań prasy. Pogłębiona analiza zawartości mediów. Trudności w badaniach polskich mediów drukowanych. Praktyka badań mediów elektronicznych. Badania oglądalności i słuchalności. Badania radia i telewizji nie dotyczące oglądalności i słuchalności. Badanie Internetu. Strategie zbierania danych o Internecie. Internet jako źródło zbierania danych o zjawiskach społecznych i medialnych. Badanie reklamy. Sposoby oceniania kampanii reklamowych. Ilościowe a jakościowe metody w badaniach reklamy.	K_W05 K_U03 K_K06
11.	Radio Workshop Warsztat radiowy	Elementy składowe anteny radiowej. Rola prezentera radiowego w poszczególnych stacjach. Wskazanie cech prezentera radiowego. Przedstawienie planu spotkań. Rodzaje radia. Radio publiczne i komercyjne, analogowe i cyfrowe. Wskazanie różnic i cech wspólnych na rynku Polskim i europejskim. Przedstawienie wytycznych do zadania	K_W01 K_U01, K_U04 K_K08, K_K07

		domowego (omówienie poszczególnych stacji). Radio w Polsce. Omówienie poszczególnych stacji pod kątem podanych wcześniej wytycznych. Podsumowanie informacji o roli prezentera radiowego. Wejście antenowe. Podstawowe pole działania prezentera radiowego. Wyjaśnienie pojęcia. Prezentacja różnych wejść antenowych z uwzględnieniem rodzajów programów radiofonii publicznych i prywatnych. Przygotowanie wejścia antenowego przez studentów.	
12.	Regional and Local Media in the International Context Media regionalne i lokalne w międzynarodowym kontekście	Najważniejsze definicje mediów lokalnych i ich funkcje. Periodyzacja przemian mediów w Polsce po roku 1989 ze szczególnym uwzględnieniem mediów regionalnych i lokalnych. Rola mediów lokalnych i regionalnych w europejskich i światowych systemach medialnych. Finansowanie mediów lokalnych i regionalnych w Polsce i na świecie.	K_W01, K_W05 K_U01 K_K02
13.	Media Systems in Europe Systemy medialne w Europie	Pojęcie systemu medialnego (kategoria analizy systemowej w naukach społecznych), systemu komunikowania masowego. Transformacja systemu medialnego w Polsce – od monopolu do duopolu. Podstawy prawne funkcjonowania mediów w Polsce. Dziennikarz w Polsce. Prawo prasowe. Rynek polskich mediów na początku XXI wieku. Rynek mediów elektronicznych w Polsce. Analiza systemowa według nowego podejścia do teorii systemów medialnych w ujęciu D. Hallina i P. Manciniego. System liberalny. Prasa i media elektroniczne – rozwój i stan obecny. Brytyjskie media – model społecznej odpowiedzialności czy neo-liberalny? BBC i 'cała reszta', czyli komercyjne podmioty na publicznym rynku. Prasa w Wielkiej Brytanii. Model demokratycznego korporacjonizmu. Model spolaryzowanego pluralizmu. Czwarty model? Systemy medialne krajów postkomunistycznych (Czechy i Słowacja, Węgry).	K_W01, K_W03 K_U03 K_K04
14.	Social and Cultural Media Influence Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	Krytyka kultury masowej i współczesnych mediów. Determinizm technologiczny wg Marshalla McLuhana. Od kultury masowej do kultury popularnej. Kultura symulacji Jeana Baudrillarda. Postmodernistyczna perspektywa badania mediów. Społeczeństwo ponowoczesne. Teorie po-krytyczne.	K_W07 K_U07 K_K02
15.	Theory and Practice of Advertising Teoria i praktyka reklamy	Kotlera koncepcja marketingu – podstawy, polemika. Reklama jako forma komunikacji. Reklama wobec innych narzędzi marketingowych. Definicja(definicje) reklamy. Typologie reklamy. Prawne aspekty reklamy. Psychologiczne aspekty reklamy. Nośniki reklamy. Byron Sharp i rewolucja w marketingu. Rynek reklamy w Polsce i na świecie. Agencje reklamowe, agencje kreatywne. Reklama społeczna. Reklama polityczna.	K_W01 K_U01, K_U11 K_K03
16.	Economy Ekonomia	Przedmiot ekonomii. Gospodarka, jako przedmiot badań ekonomii. Cele i metody koordynacji działalności gospodarczej. Cel a ryzyko i niepewność w działalności gospodarczej podmiotów. Środki działalności gospodarczej. Pojęcie zasobów gospodarczych. Akumulacja i alokacja zasobów. Przedsiębiorstwo jako podmiot działalności gospodarczej. Tradycyjna a współczesna koncepcja przedsiębiorstwa. Konkurencja a kooperacja. Rodzaje przedsiębiorstw i ich cele. Teoria równowagi i popytu	K_W06, K_W08 K_U09 K_K05

		konsumenta. Mechanizm rynkowy i cena. Istota ceny. Rodzaje i funkcje cen. Cena jako funkcja popytu. Cena jako funkcja podaży. Pojęcie rynku. Pieniądz i bank. Istota pieniądza. Funkcje i rodzaje pieniądza. Siła nabywcza pieniądza i jej zmiany. Gospodarka narodowa, jako przedmiot badań naukowych. Struktura gospodarki narodowej. Klasyfikacja struktur i czynniki zmian strukturalnych. Mechanizm ekspansji gospodarczej. Pojęcie rozwoju gospodarczego. Rozwój a wzrost gospodarczy. Mierniki rozwoju gospodarczego.	
17.	Writing Skills Ćwiczenia z pisania	Rozwijanie umiejętności pisania w języku angielskim. Rodzaje stylów w języku pisanym. Dostosowanie stylu do języka wypowiedzi pisemnej. Tworzenie różnego rodzaju tekstów formalnych i nieformalnych. Rozwijanie umiejętności parafrazowania. Wykorzystanie wyrażen i zwrotów synonimicznych. Tworzenie definicji wyrazów. Zasady ortografii i interpunkcji. Elementy gramatyki języka angielskiego na poziomie C1-C2.	K_W05 K_U01, K_U11 K_K06
18.	Master Seminar Seminarium magisterskie	Przygotowanie pracy magisterskiej.	K_W01, K_W03 K_U01, K_U02 K_K04
19.	TV Workshop Warsztat telewizyjny	Rodzaje planów filmowych oraz ich zastosowanie. Złota Reguła w kompozycji kadru - ćwiczenia z kamerą. Ruchy kamery i ich znaczenie dla wizualnej narracji - kamera z ręki, kamera na statywie, panoramy, szwenki. Rola światła. Struktura 4 punktów świetlnych. Ćwiczenie z kreatywnego wykorzystania światła. Kreatywna realizacja dźwięku. Rola dźwięków tła w opowiadaniu telewizyjnym. Wywiady. Podstawowe zasady przeprowadzania wywiadów i ich rodzaje. Lektor. Ćwiczenia z pisania tekstów lektorskich. Stand-upy. Realizacja sceny dokumentalnej. Rola przebitki. Opowiadanie historii obrazami. Relacja obraz - słowo. Strategie opowiadania TV.	K_W04, K_W06 K_U06, K_U10 K_K03
20.	Media Law and Copyright Prawo medialne i prawa autorskie	System źródeł prawa. Wolność słowa i prawo do informacji w Konstytucji RP i regulacjach międzynarodowych. Ochrona dóbr osobistych w świetle prawa międzynarodowego i Konstytucji RP. Dobra osobiste w Kodeksie Cywilnym i w Kodeksie Karnym. Cele ochrony własności intelektualnej. Przedmioty ochrony prawa autorskiego. Autorskie prawa osobiste i majątkowe, przeniesienie, korzystanie. Prawo prasowe – podstawowe pojęcia. Prawa i obowiązki dziennikarzy. Prawo konkurencji. Prawo do autoryzacji. Odpowiedzialność karna i cywilna w mediach.	K_W06 K_U05, K_U06 K_K03, K_K04
21.	Media Ethics Etyka mediów	Najważniejsze teorie związane z etyką mediów. Służba publiczna w zawodzie dziennikarza. Misja mediów oraz ich wpływ na współczesny świat. Dziennikarskie źródła informacji, w tym źródła w mediach społecznościowych. Obiektywizm dziennikarski. Dziennikarz w dobie spolaryzowanego świata. Manipulacja dziennikarska. Mechanizmy mediów społecznościowych. Kto i co wpływa na dziennikarza. Dziennikarz w mediach społecznościowych. Kiedy dziennikarz może zaszkodzić. Dziennikarz a konflikty zbrojne. Życie prywatnej dziennikarza.	K_W06 K_U05, K_U11 K_K01, K_K07
22.	Language Pragmatics	Pragmatyka jako subdyscyplina zajmująca się aktami mowy – definicje, obszary badań pragmatycznych. Pragmatyka a semantyka i syntaktyka. Pragmatyka jako nauka o działaniu człowieka poprzez użycie środków językowych (i pozajęzykowych). Klasyfikacje	K_W02, K_W01 K_U04, K_U06 K_K03

	Pragmatyka językowa	aktów mowy według Austina: konstatywy, performatywy, lokucja, illokucja, perlokucja. Werbalne i niewerbalne wykładniki aspektu illokucyjnego. Problem IFID-ów. Akty mowy według Searle'a. Warunki skuteczności (fortunności) aktu mowy. Typy kontekstów i ich rola w komunikacji. Funkcje języka i wypowiedzi w świetle teorii aktów mowy. Teoria implikatur konwersacyjnych Grice'a - maksymy ilości, jakości, stosunku i sposobu. Analiza pośrednich i metaforycznych aktów mowy, zagadnienie komunikacji nie wprost. Rejestry komunikacji wg G. Leecha. Cel komunikatu - społeczne normy - uprzejmość. Stosowanie maksym uprzejmości jako przejaw pragmatycznego podejścia do komunikacji. Presupozycje. Pragmatyczna analiza wybranych aktów mowy związanych z praktyką dziennikarską, propagandą, PR-em i reklamą - z uwzględnieniem analizy dyskursu, kwestii uwarunkowań kontekstowych: społecznych, kulturowych, obyczajowych, etycznych etc.	
23.	Intercultural and International Communication Komunikacja międzykulturowa i międzynarodowa	Wprowadzenie do teorii komunikowania interkulturowego: podstawowe definicje i typy komunikowania, stosunki międzynarodowe a komunikowanie interkulturowe, Polska a sąsiedzi. Dalsze wprowadzenie do podstawowych podejść badawczych komunikowania interkulturowego. Komunikowanie werbalne, niewerbalne. Teorie Edwarda T. Halla, wprowadzenie do teorii standardów kulturowych, typologia czterech wymiarów Geerta Hofstedeego. Kontynuacja badań Geerta Hofstedeego, projekt GLOBE - incydenty krytyczne. Stereotypy - funkcja, rodzaje: autostereotyp, heterostereotyp, wstęp do badań nad pamięcią zbiorową: pamięć kulturowa, pamięć komunikatywna. Polskie i niemieckie stereotypy etniczne, Polacy w oczach sąsiadów, sąsiedzi w oczach Polaków, polska i niemiecka kultura komunikacji. Polska i niemiecka kultura komunikacji ciąg dalszy. Analiza przykładów: muzea i wystawy w Polsce i w Niemczech.	K_W07 K_U02 K_K02
24.	Communication in Business and in Professional Activity Komunikacja w biznesie i profesjonalnej aktywności	Język w komunikacyjnej przestrzeni społecznej, kulturowej i cywilizacyjnej. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Zintegrowany model przywództwa. Style komunikacyjne w biznesie. Efektywne słuchanie w procesie budowania zespołu. Ocenianie i komunikowanie ocen w kontaktach zawodowych. Bariery w skutecznej komunikacji w biznesie. Zarządzanie w biznesie. Style negocjacji. Strategie motywowania i techniki zmniejszania i radzenia sobie z presją. Savior-Vivre w kontaktach zawodowych.	K_W07 K_U05 K_K01, K_K05
25.	Literary journalism Dziennikarstwo literackie	Definicja dziennikarstwa literackiego. Definicja reportażu. Wywiad i reportaż. Rozwój dziennikarstwa literackiego w Ameryce i Europie. Międzynarodowe wpływy w dziennikarstwie literackim. Analiza wybranych przykładów dziennikarstwa literackiego.	K_W07, K_W10 K_U07, K_U09 K_K02
26.	Analysis of Media Discourse Analiza dyskursu medialnego	Pojęcie dyskursu (teoria dyskursu, lingwistyka dyskursu, dyskursywny obraz świata). Język, mówienie, tekst, dyskurs - kategorie analizy w nauce o komunikacji. Media, nowe media, mechanika narracji mediów. Konwergencja mediów (konsekwencje społeczne, komunikacyjne). Mediatyzacja obrazu świata. Tabloidyzacja dyskursu publicznego. Dyferencjacja dyskursu ze względu na referencję, ideologię. Relacja media a polityka. Media a dyskurs polityczny. Wyznaczniki pragmatyczne, stylistyczne dyskursu	K_W05 K_U03 K_K07

		naukowego. Mediatyzacja dyskursu naukowego. Metody analizy dyskursu prasowego. Metody analizy dyskursu audiowizualnego.	
27.	Audiovisual Forms of Communication Audiowizualne formy komunikacji	Etap pre-produkcji filmu. Rola scenariusza i storyboardu. Opracowywanie listy ujęć do realizacji. Ćwiczenia praktyczne, praca z kamerą. Realizacja krótkiej etiudy filmowej (temat: czynność). Kontynuacja realizacji etiudy filmowej. Warsztat montażu filmowego. Dźwięk i światło w filmie. Ćwiczenia praktyczne. Realizacja etiudy filmowej (temat: detal). Filmy promocyjne i reklamowe. Omówienie przykładowych realizacji. Planowanie pracy nad własnymi projektami filmowymi. Praca w studio – realizacja zdjęć do własnych projektów filmowych. Rozpoczęcie montażu własnych projektów filmowych. Postprodukcja, korekcja barwna, udźwiękowienie filmów. Przygotowanie projektów do publicznego wyświetlenia.	K_W03 K_U0 K_K06
28.	Social Media Communication Komunikacja w mediach społecznościowych	Historia internetu i mediów społecznościowych. Pomysły i wartości przyświecające sieci WWW. Pokolenie Z – geneza, charakterystyka. Jakościowa analiza najnowszych wyników badań społeczności internetowych. Social media w kontekście semiotycznym. Social media w kontekście socjologicznym. Sposoby zastosowania mediów społecznościowych.	K_W04 K_U01, K_U02 K_K01
29.	Creative Writing Kreatywne pisanie	Broszura jako medium dydaktyczne i informacyjne. Brief projektu, logotyp, claim, local hero. Funkcje języka - funkcje tekstów. Środki stylistyczne. Subiektywizm / obiektywizm w pisaniu. Metafora jako środek stylistyczny. Słowotwórstwo. Gra słów, neologizm. Kreatywne i innowacyjne teksty w branding, reklamie i marketingu. Przekazywanie wartości tekstem.	K_W05 K_U01, K_U11 K_K06
30.	Digital Photography Fotografia cyfrowa	Wpływ wynalazku fotografii na rozumienie obrazu. Społeczne zastosowania fotografii: stereoskopia, codzienna, carte de visite, albumowa, Kodak. Projektowanie obrazu: cele i potrzeby. Studium recepcji Waltera Gropiusa. Obserwacja i uczestnictwo w procesie fotograficznym. Udostępnianie doświadczeń publiczności. Udostępnianie obrazu publiczności. Asymilacja, włączanie, inkluzja publiczności. Proces fotograficzny, idea/intencja/strategia, przygotowanie do sesji zdjęciowej, moodboard; decyzje techniczne; przyjazność, praca z ludźmi; obróbka techniczna zdjęcia; interpretacja obrazu. Prezentacja stylów w fotografii współczesnej. Fotografia a nowoczesność, wpływy amerykańskie. Fotografia bezpośrednia, fotografia w sztuce awangardowej i projektowaniu, fotografia a emigracja klasowa, fotografia humanistyczna, koncepcja fotografii Johna Szarkowskiego. Podstawy interpretacji zdjęć. Patrzenie na, za przez i przed fotografią. Analiza procesu fotograficznego i koncepcji myślenia fotograficznego. Fotografia w koncepcji medialnej, intermedialnej i postmedialnej.	K_W04, K_W08 K_U03, K_U04 K_K06
31.	Science Journalism Dziennikarstwo naukowe	Rodzaje dziennikarstwa naukowego. Omówienie wybranych mediów zajmujących się dziennikarstwem naukowym. Źródła naukowe (rodzaje, klasyfikacja, dostępność). Krytyczna analiza wybranych przykładów. Dobre praktyki dziennikarza naukowego. Etyczny wymiar pracy dziennikarza naukowego. Redagowanie tekstów naukowych i popularnonaukowych. Wywiad naukowy. Reportaż naukowy. Przygotowanie materiałów naukowych w formie wideo i podcastów.	K_W03 K_U04 K_K04

6. Plan studiów.

Nazwa kierunku studiów: Journalism and Social Communication (Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna)
 Poziom studiów: studia drugiego stopnia, stacjonarne
 Poziom kwalifikacji: 7 Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej
 Profil kształcenia: ogólnoakademicki
 Nazwa wydziału: Wydział Filologiczny

I ROK STUDIÓW / I SEMESTR

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Contemporary Polish and Global Culture Współczesna kultura polska i światowa	O	30					30	E	4	nauki o kulturze i religii
2.	Theories of Communication Teorie komunikacji	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Press Workshop Warsztat prasowy	O		30				30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Academic writing Pisanie akademickie	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Public Relations Public relations	O		30				30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
6.	Autopresentation and Public Speech Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Media Genres Gatunki medialne	O		30				30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Foreign Language Język obcy*	O					60*	60*	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
9.	Polish Language Język polski jako obcy*	O					30*	30*	Z	0	nauki o komunikacji społecznej i mediach
10.	Health and Safety BHP (e-learning)	O		4				4	Z	0	nauki o komunikacji społecznej i mediach

	RAZEM		60	154			60 lub 90	274 lub 304		30	
--	--------------	--	-----------	------------	--	--	--------------------------	------------------------	--	-----------	--

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.
 Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w Szkole Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców. Wszyscy studenci (zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy) realizują lektorat z dowolnego języka obcego na poziomie B2+ z oferty Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.

I ROK STUDIÓW / II SEMESTR											
LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Methods of Media Research Metody badań medioznawczych	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Radio Workshop Warsztat radiowy	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Regional and Local Media in the International Context Media regionalne i lokalne w międzynarodowym kontekście	O		30				30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Media Systems in Europe Systemy medialne w Polsce i na świecie	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Social and Cultural Media Influence Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
6.	Theory and Practice of Advertising Teoria i praktyka reklamy	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Economy Ekonomia	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Writing Skills Ćwiczenia z pisania	O		30				30	Z/O	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach
9.	Master Seminar Seminarium magisterskie	O			30			30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
10.	Polish Language Język polski jako obcy*	O					30*	30*	E	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach

	RAZEM		75	150	30		30	255 lub 285		30 lub 35	
--	--------------	--	-----------	------------	-----------	--	-----------	------------------------	--	----------------------	--

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.
 Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w Szkole Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców. Wszyscy studenci (zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy) realizują lektorat z dowolnego języka obcego na poziomie B2+ z oferty Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.

II ROK STUDIÓW / III SEMESTR

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	TV Workshop Warsztat telewizyjny	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Media Law and Copyright Prawo medialne i prawa autorskie	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Master Seminar Seminarium magisterskie	O			30			30	Z/O	8	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Media Ethics Etyka mediów	O				30		30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Language Pragmatics Pragmatyka językowa	O		30				30	Z/O	3	językoznawstwo
6.	Science Journalism Dziennikarstwo naukowe	O		30				30	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Intercultural and International Communication Komunikacja międzykulturowa i międzynarodowa	O		30				30	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Elective subject Przedmiot do wyboru			30				30	Z/O	3	
	Communication in Business and in Professional Activity Komunikacja w biznesie i profesjonalnej aktywności	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach
	Literary journalism Dziennikarstwo literackie	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach

	RAZEM		15	150	30	30		225		30	
--	--------------	--	-----------	------------	-----------	-----------	--	------------	--	-----------	--

II ROK STUDIÓW / IV SEMESTR

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Analysis of Media Discourse/Analiza dyskursu medialnego	O		30				30	Z/O	5	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Audiovisual Forms of Communication/Audio-wizualne formy komunikacji	O		30				30	E	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Master Seminar/Seminarium magisterskie	O			30			30	Z/O	14	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Social Media Communication/Komunikacja w mediach społecznościowych	O		30				30	Z/O	4	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Elective subject/ Przedmiot do wyboru:			30				30	Z/O	3	
	Creative writing/Kreatywne pisanie	F									Nauki o komunikacji społecznej i mediach
	Digital Photography/Fotografia cyfrowa	F									Nauki o komunikacji społecznej i mediach
RAZEM				120	30			150		30	

Journalism and Social Communication studia stacjonarne drugiego stopnia	SEMESTR				RAZEM
	I	II	III	IV	
Liczba punktów ETCS	30	30 lub 35	30	30	120 lub 125
Liczba godzin zajęć: w tym lektorat z j. obcego 60	274 lub 304	255 lub 285	225	150	904 lub 964

Formy realizacji zajęć:

Ć - ćwiczenia

S - seminarium

L - lektorat

K - konwersatorium

Nazwa kierunku studiów: Journalism and Social Communication (Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna)

Poziom studiów: studia drugiego stopnia, niestacjonarne

Poziom kwalifikacji: 7 Polskiej Ramy Kwalifikacyjnej

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Nazwa wydziału: Wydział Filologiczny

I ROK STUDIÓW / I SEMESTR

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Contemporary Polish and Global Culture Współczesna kultura polska i światowa	O	18					18	E	4	nauki o kulturze i religii
2.	Theories of Communication Teorie komunikacji	O	18					18	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Press Workshop Warsztat prasowy	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Academic writing Pisanie akademickie	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Public Relations Public relations	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
6.	Autopresentation and Public Speech Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Media Genres Gatunki medialne	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Polish Language Język polski jako obcy*	O					30*	30*	Z	0	nauki o komunikacji społecznej i mediach
9.	Health and Safety BHP (e-learning)	O		4				4	Z	0	nauki o komunikacji społecznej i mediach

			36	94			30	134 lub 164		26	
--	--	--	-----------	-----------	--	--	-----------	------------------------	--	-----------	--

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.
 Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w Szkole Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców. Wszyscy studenci (zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy) realizują lektorat z dowolnego języka obcego na poziomie B2+ z oferty Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.

I ROK STUDIÓW / II SEMESTR

LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Methods of Media Research Metody badań medioznawczych	O	18					18	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Radio Workshop Warsztat radiowy	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Regional and Local Media in the International Context Media regionalne i lokalne w międzynarodowym kontekście	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Media Systems in Europe Systemy medialne w Polsce i Europie	O	18					18	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Social and Cultural Media Influence Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
6.	Theory and Practice of Advertising Teoria i praktyka reklamy	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Economy Ekonomia	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Writing Skills Ćwiczenia z pisania	O		18				18	Z/O	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach
9.	Master Seminar Seminarium magisterskie	O			18			18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
10.	Foreign Language Język obcy*	O					20*	20*	Z/O	0	nauki o komunikacji społecznej i mediach

11.	Polish Language Język polski jako obcy*	O					30*	30*	E	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach
RAZEM			51	90	18		20 lub 50*	179 lub 209		30 lub 35	

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.
 Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w Szkole Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców. Wszyscy studenci (zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy) realizują lektorat z dowolnego języka obcego na poziomie B2+ z oferty Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.

II ROK STUDIÓW / III SEMESTR											
LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	TV Workshop Warsztat telewizyjny	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Media Law and Copyright Prawo medialne i prawa autorskie	O	9					9	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Master Seminar Seminarium magisterskie	O			18			18	Z/O	8	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Media Ethics Etyka mediów	O				18		18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Language Pragmatics Pragamtyka językowa	O		18				18	Z/O	3	językoznawstwo
6.	Science Journalism Dziennikarstwo naukowe	O		18				18	Z/O	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach
7.	Intercultural and International Communication Komunikacja międzykulturowa i międzynarodowa	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
8.	Foreign Language* Język obcy						20*	20*	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
9.	Elective subject Przedmiot do wyboru			18				18	Z/O	3	
	Communication in Business and in Professional Activity	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach

	Komunikacja w biznesie i profesjonalnej aktywności										
	Literary journalism Dziennikarstwo literackie	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach
	RAZEM		9	90	18	18	20*	155		34	

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.
 Studenci cudzoziemcy mają obowiązek zrealizowania kursu języka polskiego w Szkole Języka Polskiego i Kultury dla Cudzoziemców. Wszyscy studenci (zarówno Polacy, jak i cudzoziemcy) realizują lektorat z dowolnego języka obcego na poziomie B2+ z oferty Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych.

II ROK STUDIÓW / IV SEMESTR											
LP.	Nazwa przedmiotu/moduły zajęć	O/ F***	Forma zajęć**					Liczba godzin zajęć	Sposób weryfikacji	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której odnosi się przedmiot
			W	Ć	S	K	L				
1.	Analysis of Media Discourse Analiza dyskursu medialnego	O		18				18	Z/O	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach
2.	Audiovisual Forms of Communication Audiowizualne formy komunikacji	O		18				18	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
3.	Master Seminar Seminarium magisterskie	O			18			18	Z/O	14	nauki o komunikacji społecznej i mediach
4.	Social Media Communication Komunikacja w mediach społecznościowych	O		18				18	Z/O	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach
5.	Elective subject Przedmiot do wyboru:			18				18	Z/O	3	
	Creative writing Kreatywne pisanie	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach
	Digital Photography Fotografia cyfrowa	F									nauki o komunikacji społecznej i mediach
	RAZEM			72	18			90		30	

Journalism and Social Communication studia niestacjonarne drugiego stopnia	SEMESTR				RAZEM
	I	II	III	IV	
Liczba punktów ETCS	26	30 lub 35	34	30	120 lub 125
Liczba godzin zajęć:	134 lub 164	179 lub 209	155	90	558 lub 618

OBJAŚNIENIA

Formy realizacji zajęć:

Ć - ćwiczenia

S - seminarium

L - lektorat

K - konwersatorium

STUDY PROGRAMME

Field of study: **Journalism and Social Communication**

Level of studies: **Second degree cycle**

Level of qualification: **7. Polish Qualifications Framework**

Learning profile: **General academic profile**

Faculty: **The Faculty of Letters**

1. Attribution of the field of study to academic domains and academic disciplines to which it relates.

Academic domain	Academic discipline	Percentage share of disciplines	Leading discipline (more than a half of learning outcomes)
Social sciences	Communication and Media Studies	100%	Communication and Media Studies

2. Table of percentage share of the number of ECTS credits in the total number of ECTS credits for each of the programme's disciplines.

Academic domain	Academic discipline	Percentage share of the number of ECTS credits in the total number of ECTS credits for each of the disciplines
-----------------	---------------------	--

Social sciences	Communication and Media Studies	100%
-----------------	---------------------------------	------

3. General data on the curriculum.

Number of semesters	4
Number of ECTS credits required to complete the studies at a given level	120 (Full-time) 120 or 125 (Extramural)
Professional title awarded to graduates	magister
Form of studies	Full-time Extramural
ISCED code	0321
Number of ECTS credits including optional classes	36
Total number of ECTS credits which a student must collect for classes conducted directly by academic teachers/instructors	120 lub 125
Number of ECTS credits for the humanities sciences domain	7
Number of ECTS credits for foreign language classes or Polish classes	4 lub 9
Total number of hours for the programme	904 lub 964 (Full-time) 558 or 618 (Extramural)

4. Description of the learning outcomes defined for curricula in relation to the second-cycle characteristics of the Polish National Qualification Framework for qualifications at level 6-7 obtained within the higher education and science system.

Symbol of the learning outcome for the curriculum	<u>Learning outcomes for a given field of study</u> After completing second-cycle studies in the field of <i>Communication Management</i> the graduate will achieve the following learning outcomes:	Reference to second-level PNQF characteristics (<i>codes</i>)
KNOWLEDGE		

K_W01	Student has an in-depth knowledge of the place and importance of social communication and media sciences in the system of sciences, and has an in-depth knowledge of the theoretical aspects of professional communication in the public sphere, especially intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_WG
K_W02	Student knows at an in-depth level the terminology of social communication and media sciences as well as knows and understands at an in-depth level selected facts, objects and phenomena and scientific related to them, which are relevant to the discipline of social communication and media, especially in the field of intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_WG
K_W03	Student knows and understands to an in-depth degree the key issues underpinned by a structured theoretical knowledge and selected issues of detailed knowledge related to the knowledge of media and social communication, especially in the field of intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_WG
K_W04	Student has in-depth, leading to specialization, detailed knowledge of selected topics in social communication sciences and media.	P7S_WG
K_W05	Student has in-depth knowledge of selected methods and tools of description, analysis, interpretation and evaluation appropriate for the sciences of social communication and media, especially intercultural communication, communication design and image communication, as well as knows the techniques of data acquisition, allowing to describe social structures and institutions and processes in and between them in the selected areas of creative industries and image communication.	P7S_WG
K_W06	Student knows and understands the economic, legal, and ethical conditions of various professional activities in selected areas of creative industries, especially related to communication design and image communication, as well as knows and understands the concepts, regulations and rules in the field of intellectual property protection and copyright law, and identifies the legal conditions of activities in the media sector, as well as selected areas of creative industries, especially related to intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_WK
K_W07	Student knows and understands the dilemmas of modern civilization, as well as selected aspects of contemporary culture and the principles and opportunities for active participation in cultural life.	P7S_WK
K_W08	Student knows the methods and principles of creation and development of various forms of entrepreneurship.	P7S_WK
SKILLS		
K_U01	Student is able to build, both orally and in writing in English, a coherent argumentative argument, referring to their own and other people's views, allowing to communicate on specialized topics in the field of social media communication sciences with a diverse audience.	P7S_UW P7S_UK
K_U02	Student is able to construct a comprehensive written statement in English of a scientific nature, especially in the field of knowledge of intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_UW P7S_UK
K_U03	Student has in-depth research skills, including analysis of the works of other authors, synthesis of various ideas and views, selection of methods and construction of research tools, development and	P7S_UW P7S_UK

	presentation of results, assuming the use of advanced information techniques, allowing original solutions to complex problems in the field of social communication sciences and media, as well as in-depth skills of solving practical tasks related to intercultural communication, communication design and image communication Student.	
K_U04	Student is able to communicate on specific issues in English with diverse audiences, including professionals in the field of social communication sciences and media, as well as representatives of creative industries, especially those related to intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_UK
K_U05	Student is able to search, analyse, evaluate, select and integrate information from various sources and formulate critical judgments on this basis. Student is also able to acquire knowledge from various social and humanistic disciplines and apply it to new situations.	P7S_UW
K_U06	Student is able to independently deepen the acquired knowledge, as well as to deliberately and effectively apply the acquired skills in professional situations. In addition, student is able to effectively adapt and modify the knowledge and skills to professional needs (analyse problems and solve tasks of a practical nature in the field of knowledge of the media and social communication, as well as those that may occur in the implementation of tasks characteristic of professions related to intercultural communication, communication design and image communication).	P7S_UU
K_U07	Student is able to use paradigms, theoretical concepts and notions important for the sciences of social communication and media, and apply them to cognitive activities and in various professional situations that may arise in the exercise of professions related to intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_UW
K_U08	Student is able to organize the work of the team, cooperate in it and efficiently lead it.	P7S_UO
K_U09	Student is able to plan and implement the process of lifelong learning and improvement; as well to inspire and organize the learning process of others.	P7S_UU
K_U10	Student is able to manage time and complete specific tasks within the set deadlines, independently or as part of a team. Moreover, a student is able to choose the optimal solution and effectively persuade their arguments, and is responsible for the results obtained in teamwork.	P7S_UO P7S_UU
K_U11	Student is able to carry out a critical analysis and interpretation of various texts and material culture products using original approaches, taking into account the current achievements of social sciences, in order to determine their meanings, social impact, place in the historical-cultural process; moreover, he/she is able to make a critical analysis of the way in which technical solutions characteristic of creative professions function, especially related to intercultural communication, communication design and image communication.	P7S_UW P7S_UK
K_U12	Student is able to communicate in a modern foreign language at a level consistent with the requirements of level B2+ of the Common European Framework of Reference for Languages.	P7S_UK
SOCIAL COMPETENCES		

K_K01	Student is ready to critically evaluate the knowledge he/she possesses and the content he/she receives. Moreover, the student recognizes the importance of knowledge in solving cognitive and practical problems in the field of social communication and the media, and is ready to consult experts in case of difficulties in solving the problem independently.	P7S_KK
K_K02	Student understands the principles of cultural pluralism, and is ready to put into practice the knowledge of the mechanisms of intercultural communication.	P7S_KO
K_K03	Student is aware of the importance of the principles of professional ethics of the communication design and image communication professions, as well as intellectual honesty in their own actions and those of others. The student is willing to act in accordance with these principles and develop them.	P7S_KR P7S_KO
K_K04	Student is ready to consciously accept the importance of knowledge of social communication and media, as well as to fulfill social obligations, inspire and organize activities for the social environment and public interest.	P7S_KO
K_K05	Student is ready to consciously assume joint responsibility for the preservation of the cultural heritage of the region, the country, Europe, and to participate in various actions undertaken in this area.	P7S_KO
K_K06	Student is ready to think and act in an entrepreneurial manner, to cooperate and collaborate, negotiate, use methods and tools to manage his/her own career.	P7S_KO
K_K07	Student is ready to responsibly and ethically perform professional roles related to the creative industries, especially professions specializing in image communication design, taking into account the changing needs of society, including developing the achievements of the media and perimedia professions and upholding their ethos.	P7S_KR

Key:

PNQF – Polish National Qualification Framework

P6S_WG/P7S_WG – component code of the qualification for level 6 and 7 for the second-cycle characteristics of the Polish National Qualification Framework

K_W - learning outcomes related to knowledge specific for a given field of study

K_U - learning outcomes related to skills specific for a given field of study

K_K - learning outcomes related to social competences specific for a given field of study

01, 02, 03 and following – subsequent number for a learning outcome specific for a given field of study

5. Content. Learning outcomes for courses.

Item	Course	Content	Learning outcomes for the course
1.	Contemporary Polish and Global Culture Współczesna kultura polska i światowa	Cultural theory and problems of the study of contemporary culture. Selected theories of culture. Cultural sciences as basic sciences. Communication, media and the transformation of civilization. Relationships of consumption, play and religion: their implications for culture. Metamorphoses of the body. Cultural memory. Celebrity time and mediatisation. Kitsch in contemporary culture. Art as an area of cultural testing.	K_W07 K_U11 K_K05
2.	Theories of Communication	Communication science as a theoretical discipline. Diversity of schools and paradigms. Communication - an attempt at definition. Features of communication. The essence of	K_W01, K_W04 K_U01, K_U07

	Teorie komunikacji	communication. Sign, meaning, paradigm, syntagma, code. Denotation and connotation. Rhetoric of image. Types of communication distinguished by context: interpersonal communication, characteristics, effectiveness. Types of communication distinguished by context: group communication, communication versus structure in a group. Types of communication distinguished by context: mass communication. Features, disputes around the concept, impact of mass media. Media discourse, role of media in shaping messages.	K_K04
3.	Press Workshop Warsztat prasowy	Press polemic, journalistic objectivity, impartiality, separation of information from commentary. Text entitling, principles, journalistic practice. Press commentary, structure, genological features, principles of preparation. Review in the press, evaluative genres, specialized journalism. Press interview, journalist as an interviewer, preparation for conducting an interview. Principles of editing, authorization and publication of a press interview, work with the text. Relationships between journalist-editor-publisher and spokesman-journalist, press service-journalist.	K_W03 K_U01, K_U04, K_U05 K_K07
4.	Academic writing Pisanie akademickie	Characteristics of academic style. Using sources - finding and evaluating academic critical texts. Paragraph structure. Writing an introduction, conclusion. Writing a summary, paraphrase. Structure of an academic article. Anti-plagiarism policy. Principles of documenting sources using MLA and APA as examples. Argumentation. Addressing counter-arguments.	K_W02 K_U01, K_U02 K_K03
5.	Public Relations Public relations	Characteristics of public relations - definitions, functions, evolution of understanding of PR. Public relations in model terms - presentation and comparison of basic public relations models. Principles of developing a public relations program (analyzing the initial situation of the organization, establishing PR goals and methods of their implementation, defining the PR audience, planning the schedule of activities, determining the budget, presenting how to verify the plan). Internal PR (explaining the essence of internal PR activities and discussing sample projects: employee events, anniversaries and other special events, company newspapers, internal website). External PR (explaining the essence of external PR activities, determining the audience). Crisis situation management: types of crises, the course of a crisis situation, crisis participants, crisis intervention program, rules of conduct. Ethics in PR activities: ethical codes and anti-codes, "code moral attitude", neutralization of ethical norms.	K_W04, K_W08 K_U03, K_U08 K_K03
6.	Autopresentation and Public Speech Autoprezentacja i wystąpienia publiczne	Recognizing the listener/audience. The art of self-storytelling and the art of persuasion. Determining topics for self-narration and speeches. Techniques of composing and shaping the style of speech in direct contact with the audience. Appropriate selection of evidence, topos and emotional means for self-presentation and speeches. Building argumentative forms, refuting accusations. Recognizing sophisms and eristic tricks. The art of memorizing the text (or its elements) and skillfully handling the text of the speech when the content has not been memorized. Overcoming performance anxiety, positive use of stage fright, relaxation techniques. Maintaining contact with the audience, keeping the audience's attention. Appropriate use of voice (in terms of audibility, clarity and expressiveness). Appropriate use of movement, so-called body language, aesthetics of	K_W03 K_U04 K_K06

		gesture, facial expressions. Preparing the scenery of the speech (appropriate space). The importance of attire during self-presentation and public speaking. Directing the rhetorical action (integrating verbal and non-verbal means) in view of the need for naturalness of the speech, its conformity to the individual expression of the person. The art of discussion, answering questions as part of public speaking.	
7.	Media Genres Gatunki medialne	Concept of genology. Genesis and evolution of journalistic genres, definition of genre, criteria for genre division, genre pattern as a set of rules, genre signals. Press journalistic genres - information, division, criteria for division. Press genres, gatekeeping theory, infotainment, report, infographics, press photography. Interview - genesis, genre features, types, questions, interaction, roles of the journalist, fait divers. Journalistic genres - features, criteria for division; commentary, article, introductory article, column. Reportage in the press, feature. News service in public and commercial radio - analysis and comparison, radio magazine, documentary program. Other radio forms: reportage, radio play, radio author's commentary, radio feature. Television genres: television film, documentary film, television magazine (informational, thematic), morning program, news program (service), popular science program, current affairs program, entertainment program, sports program, reality show, television reportage, soap opera, television series, sitcom, soap opera, documentary soap opera, talk-show, television theater, quiz show. New media and problems of genre.	K_W01 K_U07, K_U09, K_U11 K_K01
8.	Foreign Language Język obcy	The curriculum of the B2+ language course in groups attended by students of one faculty covers the topics related to their field of study. The program content aims at enriching a discipline-specific vocabulary and consolidating and deepening linguistic competence. Therefore, during the conducted classes the tasks focus on listening, speaking, reading, and writing skills.	K_W07 K_U05, K_U12 K_K02
9.	Polish Language Język polski jako obcy	The program of classes aims at language adaptation in a new place. It is supposed to make students acquire basic communication skills to sustain a conversation in real contexts important for students (e.g. Polish language classes, conversation with the teacher, lecturers, coordinator, situations in public transportation, shops, dormitory, the dean's office/secretariat). Moreover, the program is aimed at helping students master the basic rules of language etiquette. The objective is also to form an elementary intercultural competence by introducing Polish sociocultural realities and to induce in learners a sense of subjective usefulness of the Polish language. The course assumes the lexical introduction of grammatical structures important for everyday communication. Teaching methods comply with communicative and task-based approaches.	K_W07 K_U05 K_K02
10.	Methods of Media Research Metody badań medi- oznawczych	Scientific description of the media world and communicological phenomena. The essence of the scientific method. Cognitive methods. Research procedures. The essence of the hypothesis and research question. Key elements of research. Concepts and constructs. Variables as part of the search for relationships between social and media phenomena. Dependent and independent variables. Sampling. Relationships between population and sample. Ways of constructing a research sample. The principle of representativeness of	K_W05 K_U03 K_K06

		the sample to the population under study. Sampling error. Qualitative research methods. Objectives of qualitative research. Advantages and justification of using qualitative research. Field observations. Focus groups. Case studies. In-depth interviews. Methodology for creating reports on qualitative methods. Content analysis of media messages. Justification for the use of content analysis. Stages of content analysis and its limitations. Reliability and relevance. Survey research methods. Usefulness of survey research. Principles of question formulation. Structure of a survey questionnaire. Practice of survey research. Difficulties in the work of the interviewer. Ethics of quantitative research. Basic difficulties in constructing a survey questionnaire. Practice of print media research. Typology of press research. In-depth analysis of media content. Difficulties in Polish print media research. Practice of electronic media research. Research on viewing and listening figures. Research on radio and television not concerning viewing and listening figures. Internet research. Strategies for collecting data on the Internet. Internet as a source of data collection on social and media phenomena. Advertising research. Methods of evaluating advertising campaigns. Quantitative versus qualitative methods in advertising research.	
11.	Radio Workshop Warsztat radiowy	Components of a radio station. The role of the radio presenter at different stations. Indication of the characteristics of a radio presenter. Presentation of the schedule of meetings. Types of radio. Public and commercial radio, analogue and digital. Indication of differences and common features in the Polish and European markets. Presentation of guidelines for homework (discussion of individual stations). Radio in Poland. Discussion of individual stations according to the guidelines given earlier. Summarizing information about the role of a radio presenter. Appearance on the air. The basic field of action of the radio presenter. Explanation of the concept. Presentation of different appearances on the air, taking into account the types of public and private radio programs. Preparation of appearances on the air by students.	K_W01 K_U01, K_U04 K_K08, K_K07
12.	Regional and Local Media in the International Context Media regionalne i lokalne w międzynarodowym kontekście	The most important definitions of local media and their functions. Periodization of media transformations in Poland after 1989 with special emphasis on regional and local media. The role of local and regional media in European and world media systems. Financing of local and regional media in Poland and the world.	K_W01, K_W05 K_U01 K_K02
13.	Media Systems in Europe Systemy medialne w Europie	The concept of the media system (a category of system analysis in the social sciences), the system of mass communication. Transformation of the media system in Poland - from monopoly to duopoly. Legal bases of media functioning in Poland. Journalist in Poland. Press law. Polish media market at the beginning of the 21st century. The electronic media market in Poland. System analysis according to the new approach to media systems theory by D. Hallin and P. Mancini. The liberal system. Press and electronic media - development and current state. British media - social responsibility or	K_W01, K_W03 K_U03 K_K04

		neo-liberal model? BBC and 'all the rest' - commercial players in the public market. The press in the UK. The model of democratic corporatism. The model of polarized pluralism. A fourth model? Media systems of post-communist countries (Czech Republic and Slovakia, Hungary).	
14.	Social and Cultural Media Influence Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	Criticism of mass culture and modern media. Technological determinism according to Marshall McLuhan. From mass culture to popular culture. Jean Baudrillard's culture of simulation. Postmodern perspective on the study of media. Postmodern society. Post-critical theories.	K_W07 K_U07, K_U12 K_K02
15.	Theory and Practice of Advertising Teoria i praktyka reklamy	Kotler's concept of marketing - basics, polemic. Advertising as a form of communication. Advertising versus other marketing tools. Definition(s) of advertising. Typologies of advertising. Legal aspects of advertising. Psychological aspects of advertising. Media of advertising. Byron Sharp and the revolution in marketing. Advertising market in Poland and the world. Advertising agencies, creative agencies. Social advertising. Political advertising.	K_W01 K_U01, K_U11 K_K03
16.	Economy Ekonomia	The subject of economics. The economy as the object of study of economics. Objectives and methods of coordination of economic activity. Purpose versus risk and uncertainty in the economic activity of subjects. Means of economic activity. The concept of economic resources. Accumulation and allocation of resources. The enterprise as an entity of economic activity. Traditional versus modern concept of enterprise. Competition versus cooperation. Types of enterprises and their objectives. The theory of equilibrium and consumer demand. Market mechanism and price. The essence of price. Types and functions of prices. Price as a function of demand. Price as a function of supply. The concept of market. Money and the bank. The essence of money. Functions and types of money. Purchasing power of money and its changes. National economy as a subject of scientific research. Structure of the national economy. Classification of structures and factors of structural change. The mechanism of economic expansion. The concept of economic development. Development versus economic growth. Measures of economic development.	K_W06, K_W08 K_U09 K_K05
17.	Writing Skills Ćwiczenia z pisania	Developing writing skills in English. Types of styles in written language. Adapting style to the language of written expression. Creating different types of formal and informal texts. Developing paraphrasing skills. Using synonymous expressions and phrases. Creating definitions of words. Rules of spelling and punctuation. Elements of English grammar at the C1-C2 level.	K_W05 K_U01, K_U11, K_U12 K_K06
18.	Master Seminar Seminarium magisterskie	MA thesis preparation.	K_W01, K_W03 K_U01, K_U02 K_K04
19.	TV Workshop	Types of film sets and their use. The Golden Rule in frame composition - camera exercises. Camera movements and their importance for visual narrative - hand-held	K_W04, K_W06 K_U06, K_U10

	Warsztat telewizyjny	camera, tripod camera, panoramas, whip-pans. The role of light. The structure of the 4 points of light. Exercise in creative use of light. Creative implementation of sound. The role of background sounds in television storytelling. Interviews. Basic principles of interviewing and types of interviews. Voiceover. Voiceover writing exercises. Stand-ups. Making a documentary scene. The role of punctuation. Telling stories with images. Image-word relationship. Strategies of TV storytelling.	K_K03
20.	Media Law and Copyright Prawo medialne i prawa autorskie	System of sources of law. Freedom of speech and the right to information in the Constitution of the Republic of Poland and international regulations. Protection of personal rights in the light of international law and the Constitution of the Republic of Poland. Personal rights in the Civil Code and in the Criminal Code. Objectives of protection of intellectual property. Objects of copyright protection. Copyright personal and property rights, transfer, use. Press law - basic concepts. Rights and obligations of journalists. Competition law. The right to authorization. Criminal and civil liability in the media.	K_W06 K_U05, K_U06 K_K03, K_K04
21.	Media Ethics Etyka mediów	The most important theories related to media ethics. Public service in the profession of journalism. The mission of the media and its impact on the modern world. Journalistic sources of information, including sources in social media. Journalistic objectivity. The journalist in the era of a polarized world. Journalistic manipulation. Mechanisms of social media. Who and what influences the journalist. Journalist in social media. When a journalist can cause harm. Journalist and armed conflicts. The private life of a journalist.	K_W06 K_U05, K_U11 K_K01, K_K07
22.	Language Pragmatics Pragmatyka językowa	Pragmatics as a sub-discipline dealing with speech acts - definitions, areas of pragmatic research. Pragmatics versus semantics and syntactics. Pragmatics as a science of human action through the use of linguistic (and extra-linguistic) means. Classifications of speech acts according to Austin: constatives, performatives, locution, illocution, perlocution. Verbal and non-verbal exponents of the illocution aspect. The problem of IFIDs. Speech acts according to Searle. Conditions for the effectiveness (fortuity) of a speech act. Types of contexts and their role in communication. Functions of language and speech in the light of speech act theory. Grice's theory of conversational implicatures - the maxims of quantity, quality, ratio and manner. Analysis of indirect and metaphorical speech acts, the issue of non-direct communication. Registers of communication according to G. Leech. The purpose of communication - social norms - politeness. The use of politeness maxims as a manifestation of a pragmatic approach to communication. Presuppositions. Pragmatic analysis of selected speech acts related to the practice of journalism, propaganda, PR and advertising - taking into account discourse analysis, the issue of contextual conditions: social, cultural, moral, ethical etc.	K_W02, K_W01 K_U04, K_U06 K_K03
23.	Intercultural and International Communication	Introduction to the theory of intercultural communication: basic definitions and types of communication, international relations and intercultural communication, Poland and its neighbours. Further introduction to basic research approaches of intercultural communication. Verbal, non-verbal communication. Theories of Edward T. Hall, introduction to cultural standards theory, Geert Hofstede's typology of four dimensions. Continuation of Geert Hofstede's research, GLOBE project - critical incidents.	K_W07 K_U02 K_K02

	Komunikacja międzykulturowa i międzynarodowa	Stereotypes - function, types: autostereotype, heterostereotype, introduction to research on collective memory: cultural memory, communicative memory. Polish and German ethnic stereotypes, Poles in the eyes of neighbours, neighbours in the eyes of Poles, Polish and German culture of communication. Analysis of examples: museums and exhibitions in Poland and Germany.	
24.	Communication in Business and in Professional Activity Komunikacja w biznesie i profesjonalnej aktywności	Language in the communicative social, cultural and civilizational space. Verbal and non-verbal communication. Integrated leadership model. Communication styles in business. Effective listening in the process of team building. Evaluating and communicating evaluations in professional interactions. Barriers to effective communication in business. Management in business. Negotiation styles. Motivation strategies and techniques for reducing and dealing with pressure. Savior-Vivre in professional contacts.	K_W07 K_U05 K_K01, K_K05
25.	Literary journalism Dziennikarstwo literackie	Definition of literary journalism. Definition of reportage. Interview and reportage. Development of literary journalism in America and Europe. International influences in literary journalism. Analysis of selected examples of literary journalism.	K_W07, K_W10 K_U07, K_U09 K_K02
26.	Analysis of Media Discourse Analiza dyskursu medialnego	The concept of discourse (discourse theory, discourse linguistics, discursive worldview). Language, speaking, text, discourse - categories of analysis in communication science. Media, new media, mechanics of media narratives. Convergence of media (social, communicative consequences). Mediatization of the world image. Tabloidization of public discourse. Differentiation of discourse by reference, ideology. Relationship of media and politics. Media and political discourse. Pragmatic, stylistic determinants of scientific discourse. Mediatization of scientific discourse. Methods of analysis of press discourse. Methods of analysis of audiovisual discourse.	K_W05 K_U03 K_K07
27.	Audiovisual Forms of Communication Audiowizualne formy komunikacji	The pre-production stage of the film. The role of the script and storyboard. Developing a shot list for shooting. Practical exercises, working with the camera. Realization of a short film etude (theme: activity). Continuation of realization of a film etude. Film editing workshop. Sound and light in film. Practical exercises. Realization of a film etude (topic: detail). Promotional and advertising films. Discussion of sample realizations. Planning work on own film projects. Working in the studio - realization of shooting for own film projects. Beginning editing of own film projects. Post-production, color correction, sound editing of films. Preparation of projects for public screening.	K_W03 K_U04 K_K06
28.	Social Media Communication Komunikacja w mediach społecznościowych	History of the Internet and social media. Ideas and values guiding the World Wide Web. Generation Z - genesis, characteristics. Qualitative analysis of the latest research results of online communities. Social media in a semiotic context. Social media in a sociological context. Ways of applying social media.	K_W04 K_U01, K_U02 K_K01
29.	Creative writing Kreatywne pisanie	Brochure as a teaching and informational medium. Project brief, logotype, claim, local hero. Functions of language - functions of texts. Stylistic means. Subjectivity / objectivity	K_W05 K_U01, K_U11, K_U12 K_K06

		in writing. Metaphor as a stylistic means. Word building. Word play, neologism. Creative and innovative texts in branding, advertising and marketing. Conveying values with text.	
30.	Digital Photography Fotografia cyfrowa	The impact of the invention of photography on the understanding of the image. Social uses of photography: stereoscopy, casual, carte de visite, album, Kodak. Image design: goals and needs. A study of the reception of Walter Gropius. Observation and participation in the photographic process. Making the experience accessible to the public. Making the image accessible to the public. Assimilation, inclusion, inclusion of the audience. Photographic process, idea/intention/strategy, preparation for photo shoot, moodboard; technical decisions; friendliness, working with people; technical processing of photo; interpretation of image. Presentation of styles in contemporary photography. Photography vs. modernity, American influences. Direct photography, photography in avant-garde art and design, photography and class emigration, humanistic photography, John Szarkowski's concept of photography. Basics of photo interpretation. Looking at, behind and in front of a photograph. Analysis of the photographic process and the concept of photographic thinking. Photography in media, intermedia and post-media concepts.	K_W04, K_W08 K_U03, K_U04 K_K06
31.	Science journalism Dziennikarstwo naukowe	Types of science journalism. Discussion of selected media engaged in science journalism Research. Scientific sources (types, classification, availability). Critical analysis of selected examples. Good practices of a science journalist. Ethical dimension of the work of a science journalist. Editing of scientific and popular science texts. Scientific interview. Scientific reportage. Preparation of scientific materials in the form of video and podcasts.	K_W03 K_U04 K_K04

6. Plan of studies

Field of study: Journalism and Social Communication
Level of studies: Second degree cycle, Full-time
Level of qualification: 7. Polish Qualifications Framework
Learning profile: General academic profile
Faculty: The Faculty of Letters

YEAR: I / SEMESTER: FIRST

Item	Course/module	E/ O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Contemporary Polish and Global Culture	O	30					30	E	4	Culture and religion studies

2.	Theories of Communication	O	30					30	E	4	Communication and Media Studies	
3.	Press Workshop	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies	
4.	Academic writing	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies	
5.	Public Relations	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies	
6.	Autopresentation and Public Speech	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies	
7.	Media Genres	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies	
8.	Foreign Language *	O					60*	60*	E	4	Communication and Media Studies	
9.	Polish Language *	O					30*	30*	Z	0	Communication and Media Studies	
10.	Health and Safety (e-learning)	O		4				4	Z	0	Communication and Media Studies	
TOTAL				60	154			60 or 90			30	

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.

YEAR: I / SEMESTER: SECOND

Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Methods of Media Research	O	30					30	E	4	Communication and Media Studies
2.	Radio Workshop	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies

3.	Regional and Local Media in the International Context	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies
4.	Media Systems in Europe	O	30					30	E	4	Communication and Media Studies
5.	Social and Cultural Media Influence	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies
6.	Theory and Practice of Advertising	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies
7.	Economy	O	15					15	E	3	Communication and Media Studies
8.	Writing Skills	O		30				30	G/C	2	Communication and Media Studies
9.	Master Seminar	O			30			30	G/C	4	Communication and Media Studies
10.	Polish Language *	O					30*	30*	E	5	Communication and Media Studies
TOTAL				75	150	30		30	255 or 285		30 or 35

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.

YEAR: II / SEMESTER: THIRD											
Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	TV Workshop	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies
2.	Media Law and Copyright	O	15					15	E	3	Communication and Media Studies
3.	Master Seminar	O			30			30	G/C	8	Communication and Media Studies
4.	Media Ethics	O				30		30	G/C	3	Communication and Media Studies

5.	Language Pragmatics	O		30				30	G/C	3	Linguistics
6.	Science Journalism	O		30				30	G/C	3	Communication and Media Studies
7.	Intercultural and International Communication	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies
8.	Elective subject:			30				30	G/C	3	
	Communication in Business and in Professional Activity	F									Communication and Media Studies
	Literary journalism	F									Communication and Media Studies
TOTAL				15	150	30	30			225	30

YEAR: II / SEMESTER: FOURTH

Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Analysis of Media Discourse	O		30				30	G/C	5	Communication and Media Studies
2.	Audiovisual Forms of Communication	O		30				30	E	4	Communication and Media Studies
3.	Master Seminar	O			30			30	G/C	14	Communication and Media Studies
4.	Social Media Communication	O		30				30	G/C	4	Communication and Media Studies
5.	Elective subject:			30				30	G/C	3	
	Creative writing	F									Communication and Media Studies
	Digital Photography	F									Communication and Media Studies

			120	30			150		30	
--	--	--	------------	-----------	--	--	------------	--	-----------	--

Journalism and Social Communication Full-time studies, master degree	SEMESTER				TOTAL
	I	II	III	IV	
Number of ETCS	30	30 or 35	30	30	120 or 125
Total number of hours for the programme	274 or 304	255 or 285	225	150	904 or 964

KEY

Forms of classes:

L - lecture

C - class

S - seminar

La - language classes

Assessment methods:

E - exam

G/C- graded credit

C - credit

Field of study: Journalism and Social Communication
 Level of studies: Second degree cycle, Extramural
 Level of qualification: 7. Polish Qualifications Framework
 Learning profile: General academic profile
 Faculty: The Faculty of Letters

YEAR: I / SEMESTER: FIRST

Item	Course/module	E/ O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Contemporary Polish and Global Culture	O	18					18	E	4	Culture and religion studies

2.	Theories of Communication	O	18					18	E	4	Communication and Media Studies
3.	Press Workshop	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
4.	Academic writing	O		18				18	G/C	3	Communication and Media Studies
5.	Public Relations	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
6.	Autopresentation and Public Speech	O		18				18	G/C	3	Communication and Media Studies
7.	Media Genres	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
8.	Polish Language	O					30*	30*	C	0	Communication and Media Studies
9.	Health and Safety/BHP (e-learning)	O		4				4	C	0	Communication and Media Studies
TOTAL				36	94			30	134 lub 164		26

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.

YEAR: I / SEMESTER: SECOND											
Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Methods of Media Research	O	18					18	E	4	Communication and Media Studies
2.	Radio Workshop	O		18				18	G/C	3	Communication and Media Studies
3.	Regional and Local Media in the International Context	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
4.	Media Systems in Europe	O	18					18	E	4	Communication and Media Studies

5.	Social and Cultural Media Influence	O		18				18	G/C	3	Communication and Media Studies
6.	Theory and Practice of Advertising	O		18				18	G/C	3	Communication and Media Studies
7.	Economy	O	15					15	E	3	Communication and Media Studies
8.	Writing Skills	O		18				18	G/C	2	Communication and Media Studies
9.	Master Seminar	O			18			18	G/C	4	Communication and Media Studies
10.	Foreign Language *	O					20*	20*	C	0	Communication and Media Studies
11.	Polish Language *	O					30*	30*	E	5	Communication and Media Studies
TOTAL			51	90	18		20 lub 50*	179 lub 209		30 lub 35	

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.

YEAR: II / SEMESTER: THIRD											
Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	TV Workshop	O		18				18	Z/O	3	Communication and Media Studies
2.	Media Law and Copyright	O	9					9	E	3	Communication and Media Studies
3.	Master Seminar	O			18			18	Z/O	8	Communication and Media Studies
4.	Media Ethics	O				18		18	Z/O	3	Communication and Media Studies

5.	Language Pragmatics	O		18				18	Z/O	3	Linguistics	
6.	Science Journalism	O		18				18	Z/O	3	Communication and Media Studies	
7.	Intercultural and International Communication	O		18				18	Z/O	4	Communication and Media Studies	
8.	Foreign Language*						20*	20*	E	4	Communication and Media Studies	
9.	Elective subject			18				18	Z/O	3		
	Communication in Business and in Professional Activity	F									Communication and Media Studies	
	Literary journalism	F									Communication and Media Studies	
TOTAL				9	90	18	18	20*	155		34	

* Foreign students are required to complete a Polish language course at the School of Polish Language and Culture for Foreigners. All students (both Poles and foreigners) complete a course in any foreign language at the B2+ level from the offer of the Study of Practical Foreign Language.

YEAR: II / SEMESTER: FOURTH											
Item	Course/module	E/O*	Form					Number of hours	Assessment method	ECTS credits	Related discipline/s
			L	C	S	K	La				
1.	Analysis of Media Discourse	O		18				18	G/C	5	Communication and Media Studies
2.	Audiovisual Forms of Communication	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
3.	Master Seminar	O			18			18	G/C	14	Communication and Media Studies
4.	Social Media Communication	O		18				18	G/C	4	Communication and Media Studies
5.	Elective subject:			18				18	G/C	3	Communication and Media Studies

	Creative writing	F									Communication and Media Studies
	Digital Photography	F									Communication and Media Studies
TOTAL					72	18			90		30

Journalism and Social Communication Extramural studies, master degree	SEMESTER				TOTAL
	I	II	III	IV	
Number of ETCS	26	30 lub 35	34	30	120 lub 125
Total number of hours for the programme	134 lub 164	179 lub 209	155	90	558 lub 618

KEY

Forms of classes:

L - lecture

C - class

S - seminar

La - language classes

Assessment methods:

E - exam

G/C- graded credit

C - credit