

**Dziennikarstwo i komunikacja społeczna - studia II stopnia**

*Dokumentacja dotycząca opisu efektów kształcenia dla programu kształcenia na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna dla studiów II stopnia*

Nazwa kierunku studiów i kod programu wg USOS	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna WT-DKS-N-2		
Poziom kształcenia	Studia II stopnia		
Profil kształcenia	Ogólnoakademicki		
Forma studiów	Stacjonarne		
Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta	Magister		
Obszar/-y kształcenia*	Nauki humanistyczne, nauki społeczne		
Dziedzina nauki i dyscyplina naukowa	Dziedzina nauk humanistycznych (71%), Dziedzina nauk społecznych (20%); dziedzina nauk ekonomicznych (4%); dziedzina nauk prawnych (5%) Dyscypliny: w dziedzinie nauk humanistycznych – nauki o zarządzaniu, językoznawstwo, kulturoznawstwo w dziedzinie nauk społecznych – nauki o mediach w dziedzinie nauk ekonomicznych – nauki o zarządzaniu w dziedzinie nauk prawnych - prawo		
Różnice w stosunku do innych programów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach kształcenia prowadzonych na uczelni	Istnieją studia stacjonarne I stopnia na kierunku <i>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</i> . Nie ma podobnych studiów na poziomie II stopnia. Istnieją natomiast pięcioletnie jednolite studia magisterskie na kierunku <i>teologia</i> ze specjalnością <i>edukacja medialna i dziennikarstwo</i> .		
Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania tytułu zawodowego	120		
Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów obszarowych	symbol	Efekty kształcenia dla kierunku teologia. Po ukończeniu jednolitych studiów magisterskich na kierunku studiów teologia absolwent:	Odniesienie do efektów kształcenia w obszarze kształcenia w zakresie nauk humanistycznych i społecznych
	wiedza		
	DK2_W01	zna poszerzoną terminologię z zakresu nauk o mediach i nauk o zarządzaniu, rozumie ich źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	H2A_W01 H2A_W02 S2A_W01

DK2_W02	ma pogłębioną wiedzę na temat medioznawstwa oraz nauk o zarządzaniu, ich miejscu w systemie nauk i przedmiotowych oraz metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	H2A_W03 S2A_W01
DK2_W03	ma poszerzoną i specjalistyczną wiedzę o normach i regulacjach prawnych (w tym dotyczących ochrony własności intelektualnej i aktualnej kodyfikacji prawa autorskiego, prawa mediów oraz aktów prawnych regulujących dostęp do informacji publicznej), a także o zasadach i branżowych kodeksach etycznych, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, normach oraz zasadach i przepisach dotyczących struktur społecznych, a szczególnie instytucji medialnych oraz instytucji kultury, rządzących nimi prawidłowościach oraz o ich źródłach, naturze, zmianach i sposobach działania	H2A_W08 H2A_W10 S2A_W07
DK2_W04	zna dogłębnie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie głównych nurtów kultury światowej i polskiej (XX-XXI wiek) oraz komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego	H2A_W04 H2A_W07 H2A_W10
DK2_W05	potrafi precyzyjnie wskazać i dokładnie wyjaśnić różnice między dziennikarstwem a public relations, precyzyjnie określa i opisuje ich wzajemne relacje i zależności, dobrze zna historię, cel i zadania public relations oraz zasady i metody działań z zakresu public relations	H2A_W05 S2A_W08
DK2_W06	ma pogłębioną wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach, ich prawidłowości i zakłóceń	H2A_W07 S2A_W05
DK2_W07	zna rozmaite struktury, instytucje i systemy polityczne na świecie oraz ma poszerzoną wiedzę o relacjach i zależnościach między nimi, a także o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych, narzędziach badania procesów społecznych, badań opinii publicznej i czynników, które jej kształtują	S2A_W02 S2A_W03

DK2_W08	dogłębnie zna pojęcia z zakresu ekonomii, prawa rządzące rynkami kapitałowymi, jak również z ekonomiki mediów i zarządzania mediami	S2A_W08
DK2_W09	głęboko rozumie potrzebę komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, zna w stopniu zaawansowanym wszystkie obowiązki i zadania rzecznika prasowego instytucji	H2A_W03 H2A_W04 S2A_W04 S2A_W06
DK2_W10	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i instytucjach kultury, rozszerzoną wiedzę o reklamie i branży reklamowej, również w mediach społecznościowych	H2A_W04 H2A_W10 S2A_W11
DK2_W11	zna biegle zasady języka polskiego (pisowni i wymowy), środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne, mowę ciała oraz zasady prowadzenia debat i sporów publicznych w mowie i na piśmie oraz zasad pracy z mediami audiowizualnymi, komputerem i Internetem, a także ze współczesnymi narzędziami multimedialnymi	H2A_W03 H2A_W07 H2A_W09
DK2_W12	zna dobrze specyfikę i podstawowe różnice między poszczególnymi mediami (prasa, radio i telewizja) oraz cechy gatunkowe właściwe dla tych mediów, jak również dla nowych mediów i mediów społecznościowych	H2A_W06 S2A_W11
DK2_W13	ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę w zakresie zasad i norm etycznych	H2A_W05 H2A_W07
DK2_W14	ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji świata kultury, ich elementach, współdziałaniu, oddziaływaniu na społeczeństwo w różnych wymiarach i aspektach oraz posiada dogłębną orientację we współczesnym życiu kulturalnym	H2A_W10
DK2_W15	ma pogłębioną wiedzę na temat funkcjonowania grup i instytucji oraz zarządzania nimi	S2A_W08

DK2_W16	posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z komunikacją, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej i świata kultury, rozszerzoną wiedzę o zarządzaniu wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy	H2A_W04 H2A_W05 H2A_W08 H2A_W10 S2A_W03
DK2_W17	zna w sposób pogłębiony techniki pozyskiwania danych i informacji oraz potencjalne źródła informacji; posiada dogłębną wiedzę na temat zasad selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji	H2A_W07 S2A_W11
DK2_W18	posiada rozszerzoną wiedzę na temat zarządzania małymi i średnimi firmami, projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach (w tym instytucjach kultury), a także działalności public relations i marketingowej na rzecz ww. instytucji	H2A_W10 S2A_W11
<b>umiejętności</b>		
DK2_U01	biegle zna, dobrze rozpoznaje i znakomicie umie posługiwać się wszystkimi gatunkami dziennikarskimi, adekwatnymi do potrzeb komunikacji medialnej, a także rozpoznaje i biegle wykorzystuje specyfikę komunikacji w nowych mediach oraz w mediach społecznościowych	H2A_U01 H2A_U08 H2A_U09 S2A_U06
DK2_U02	potrafi precyzyjnie określić i wykorzystać rozmaite źródła informacji dziennikarskich, a także korzystać z różnych źródeł informacji; dokonuje biegle selekcji, oceny jakości i prezentacji informacji oraz swobodnie posługuje się nimi w pracy we wszystkich rodzajach mediów oraz w komunikacji z mediami i komunikacji marketingowej	H2A_U01 H2A_U03 S2A_U06

DK2_U03	biegle konstruuje wszystkie formy informacyjne (pisemne i ustne), bezbłędnie dokonuje selekcji zdobywanych informacji, zauważa i wskazuje na zależności między nimi i ich wpływ na procesy społeczne i postawy indywidualne odbiorców	H2A_U09 H2A_U10 S2A_U08
DK2_U04	posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania pisemnych tekstów w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami ortografii, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej	H2A_U09
DK2_U05	posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami retoryki, wymowy, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej	H2A_U10
DK2_U06	dobrze potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk ekonomicznych, w tym na rynku medialnym. Dogłębnie analizuje ich genezę, powiązania oraz przewiduje skutki	S2A_U01
DK2_U07	potrafi w stopniu zaawansowanym prawidłowo interpretować przekazy medialne, badać różne rodzaje mediów i interpretować wyniki tych badań, analizować dyskurs medialny, dokonywać monitoringu mediów oraz badać i kształtować opinię publiczną, rozpoznawać próby manipulacji i propagandy i bronić się przed nimi, a także mechanizmy psychologiczne występujące w procesach komunikacyjnych i społecznych	H2A_U02 H2A_U04 H2A_U05 H2A_U07
DK2_U08	potrafi swobodnie i profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów, w tym także w mediach społecznościowych	H2A_U06 H2A_U10

DK2_U09	posiada dogłębną umiejętność rozróżniania narzędzi marketingu, promocji i reklamy oraz planowania mediów, umiejętność posługiwania się narzędziami marketingu, umiejętność stworzenia briefu reklamowego i przygotowania kampanii społecznej	H2A_U06 H2A_U09 H2A_U10
DK2_U10	opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych i Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego	H2A_U06 H2A_U09 H2A_U10
DK2_U11	umie rozpoznać, a następnie przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych rodzajów wytworów kultury w celu określenia ich znaczeń, oddziaływania społecznego i miejsca w procesie historyczno-kulturowym	H2A_U05
DK2_U12	potrafi biegle nazwać i wskazać procesy wpływające na globalne i lokalne przemiany społeczno-ekonomiczne, rozumie w stopniu zaawansowanym zasady funkcjonowania rynku finansowo-bankowego	S2A_U01 S2A_U02 S2A_U03
DK2_U13	biegle stosuje zasady etyczne i prawne, ze szczególnym uwzględnieniem etyki zawodowej i prawa mediów oraz własności intelektualnej	S2A_U05
DK2_U14	posiada rozszerzone umiejętności w zakresie zarządzania małymi i średnimi firmami, projektami, komunikacją w grupach społecznych oraz małych i średnich instytucjach, a także działalności marketingowej i public relations na rzecz ww. instytucji	H2A_U08 S2A_U05
DK2_U15	posiada rozszerzone umiejętności w dziedzinie komunikacji, marketingu i public relations w kontekście zarządzania wizerunkiem instytucji, projektami, marką, produktami, zarządzaniu kryzysowym, informacją, wizerunkiem i identyfikacją wizualną firmy	H2A_U03 H2A_U04 S2A_U04 S2A_U07
DK2_U16	biegle wykorzystuje techniki komunikowania właściwe dla Internetu, nowych mediów i mediów społecznościowych	H2A_U08

DK2_U17	ma umiejętności językowe w zakresie nauki o mediach zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, a w szczególności: posiada pogłębioną umiejętność porozumiewania się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w swojej dziedzinie oraz popularyzowania wiedzy	H2A_U01 H2A_U03 H2A_U06 H2A_U08 H2A_U09 H2A_U10 H2A_U11
kompetencje społeczne		
DK2_K01	w pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	H2A_K04
DK2_K02	ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza niepowtarzalne kierunki własnego rozwoju i kształcenia, potrafi także inspirować i organizować proces uczenia innych osób	H2A_K02 H2A_K01
DK2_K03	docenia znaczenie nauk o mediach i komunikowaniu oraz nauk o zarządzaniu dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych, przewidując wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalności	H2A_K04 S2A_K05
DK2_K04	ma głębokie przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań komunikacyjnych w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się daleko posuniętą wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych w zakresie komunikacji społecznej	S2A_K07
DK2_K05	ma głębokie i utrwalone przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania zasad etyki zawodowej	H2A_K04 S2A_K06

DK2_K06	jasno dostrzega i precyzyjnie formułuje problemy moralne i dylematy etyczne związane z własną i cudzą pracą, poszukuje optymalnych rozwiązań, postępuje zgodnie z zasadami etyki ogólnej i zawodowej	H2A_K02 H2A_K03 H2A_K04
DK2_K07	jest świadomy istnienia etycznego wymiaru w działaniach instytucji medialnych oraz pracy w mediach i na rzecz mediów	H2A_K04
DK2_K08	jest dobrze przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, organizacjach i instytucjach medialnych i zdolny do biegłego porozumiewania się z osobami będącymi i nie będącymi specjalistami w danej dziedzinie, jak również przedstawicielami obcych cywilizacji	H2A_K02
DK2_K09	odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania związane z pracą w instytucjach medialnych	H2A_K03 S2A_K05
DK2_K10	ma świadomość znaczenia refleksji humanistycznej dla kształtowania się więzi społecznych	H1A_K03

\* program studiów dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednego obszaru kształcenia określa dla każdego z tych obszarów procentowy udział liczby punktów ects w łącznej liczbie punktów ects.