

PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
Media Content & Creative Writing
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2023/2024

Korekta z dnia 7.09.2023 r.

Korekta z dnia 7.02.2024 r.

data przyjęcia przez Radę Instytutu Filologii Polskiej

pieczęć i podpis dyrektora

.....

Studia wyższe na kierunku	Media Content & Creative Writing
Dziedziny	Dziedzina nauk humanistycznych, Dziedzina nauk społecznych
Dyscyplina wiodąca (% udział)	Literaturoznawstwo (51%)
Pozostałe dyscypliny (% udział)	Językoznawstwo 27% Nauki o komunikacji społecznej i mediach 20% Nauki o kulturze i religii 2%
Poziom	Studia drugiego stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	Niestacjonarne
Specjalności	brak
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	4
Uzyskiwany tytuł zawodowy	Magister
Warunki przyjęcia na studia	Ukończone studia licencjackie z obszaru nauk humanistycznych lub społecznych. Komisja rekrutacyjna bierze pod uwagę ocenę z dyplomu oraz – w przypadku uzyskania takich samych wyników – średnią arytmetyczną ocen ze studiów.

Efekty uczenia się

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się zgodnych z Polską Ramą Kwalifikacji	
		Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia ¹	Symbol charakterystyk II stopnia ²
WIEDZA			
Absolwent:			
K_W1	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych dzieł literatury polskiej i światowej	P7U_W	P7S_WG
K_W2	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych dzieł teatralnych, filmowych i muzycznych	P7U_W	P7S_WG
K_W3	ma pogłębioną wiedzę na temat mechanizmów funkcjonowania różnych obiegów kultury	P7U_W	P7S_WG
K_W4	Ma pogłębioną wiedzę na temat prawnych aspektów działalności medialnej i wydawniczej	P7U_W	P7S_WG
K_W5	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych zagadnień z zakresu językoznawstwa, medioznawstwa, komunikacji społecznej, komunikacji wizualnej	P7U_W	P7S_WG
K_W6	zna główne tendencje rozwojowe dyscyplin: literaturoznawstwo, językoznawstwo, nauki o kulturze i religii, mediach i komunikacji, a także z obszaru sztuki filmowej i teatralnej, muzyki oraz sztuk plastycznych	P7U_W	P7S_WG
K_W7	ma pogłębioną wiedzę na temat fundamentalnych problemów współczesnej cywilizacji	P7U_W	P7S_WK
K_W8	ma pogłębioną wiedzę na temat różnic w wykorzystaniu mediów społecznościowych w różnych kulturach i systemach medialnych	P7U_W	P7S_WK
K_W9	ma pogłębioną wiedzę na temat ekonomicznych, prawnych, społecznych, psychologicznych, etycznych uwarunkowań różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	P7U_W	P7S_WK
K_W10	ma pogłębioną wiedzę na temat podstawowych zasad funkcjonowania współczesnego rynku pracy oraz tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanej z rynkiem wydawniczym i animacją mediów społecznościowych	P7U_W	P7S_WK
K_W11	ma pogłębioną wiedzę na temat zasad tworzenia różnych form wypowiedzi pisemnych i ustnych o charakterze artystycznym i użytkowym	P7U_W	P7S_WK
K_W12	ma pogłębioną wiedzę w zakresie poprawności i kultury języka, a także stylistyczno-redakcyjnego opracowania tekstów	P7U_W	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
Absolwent:			
K_U1	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu	P7U_U	P7S_UW

¹ Zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2016, poz.64)

² Zgodnie z załącznikiem do rozporządzenia Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 14 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r., poz. 2218).

	formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów badawczych, poprzez właściwy dobór źródeł i informacji, ich ocenę, krytyczną analizę, syntezę i twórczą interpretację		
K_U2	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu tworzenia własnych tekstów o charakterze literackim oraz recenzowania tekstów oraz form audiowizualnych innych twórców	P7U_U	P7S_UW
K_U3	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu tworzenia tekstów użytkowych (w tym pism urzędowych i firmowych)	P7U_U	P7S_UW
K_U4	potrafi zarządzać społecznościami interaktywnymi poprzez pisanie, redagowanie i planowanie tekstów dla mediów interaktywnych, firm, urzędów, instytucji kultury	P7U_U	P7S_UW
K_U5	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu kreowania spójnego i korzystnego wizerunku firmy, marki, instytucji kultury itp.	P7U_U	P7S_UW
K_U6	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu planowania i realizacji strategii komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji	P7U_U	P7S_UW
K_U7	potrafi prowadzić debatę i dialog oraz budować dobre i trwałe relacje z otoczeniem zewnętrznym, na przykład z mediami, odbiorcami, władzami lokalnymi, oraz wewnątrz danej struktury – z pracownikami, udziałowcami, radą nadzorczą	P7U_U	P7S_UK
K_U08	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	P7U_U	P7S_UK
K_U09	potrafi obsługiwać urządzenia multimedialne	P7U_U	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
Absolwent:			
K_K1	ma świadomość konieczności uczenia się przez całe życie; ma poczucie odpowiedzialności za swój rozwój zawodowy; projektuje ścieżkę własnego rozwoju; jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz własnych umiejętności	P7U_K	P7S_KK
K_K2	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	P7U_K	P7S_KO
K_K3	jest gotów do odpowiedniego pełnienia ról zawodowych i zespołowych	P7U_K	P7S_KR
K_K4	jest gotów do podejmowania wstępnej mediacji w sprawach spornych wewnątrz i na zewnątrz organizacji	P7U_K	P7S_KR
K_K5	ma świadomość znaczenia wiedzy o literaturze i języku w tworzeniu własnych tekstów o charakterze literackim i użytkowym oraz rozumie potrzebę zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7U_K	P7S_KK

Sylwetka absolwenta	Absolwent studiów magisterskich na kierunku <i>Media Content & Creative Writing</i> jest przygotowany do aktywnego i kreatywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym, zwłaszcza w przestrzeni medialnej, w tym do tworzenia własnych tekstów o charakterze literackim oraz recenzowania tekstów i form audiowizualnych innych twórców, a także do tworzenia rozmaitych tekstów użytkowych; potrafi analizować treści medialne oraz projektować i współtworzyć kampanie marketingowe w mediach interaktywnych. Rozumie, jak działa współczesny rynek wydawniczy i medialny oraz potrafi wykorzystać tę wiedzę w celu kreowania spójnego i korzystnego wizerunku firmy, instytucji, organizacji, marki, osoby publicznej itp. Potrafi pracować zespołowo oraz przyjmować role wiodące. Ma dobrą orientację we współczesnym świecie, ale także świadomość znaczenia tradycji w rozpoznawaniu aktualnych problemów; zna specjalistyczną terminologię
---------------------	---

	<p>literaturoznawczą, językoznawczą, kulturoznawczą i medialną. Potrafi obsługiwać różne urządzenia multimedialne. Absolwent studiów magisterskich zna język obcy na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Może podjąć dalsze kształcenie na studiach trzeciego stopnia i / lub studiach podyplomowych.</p>
<p>Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe</p>	<p>Absolwent jest przygotowany do wykonywania profesji <i>content writera</i>, odpowiedzialnego za tworzenie treści merytorycznych oraz językowego opracowania tekstów na potrzeby firm, instytucji kultury i mediów. Posiada kompetencje niezbędne do wykonywania zawodu specjalisty ds. mediów interaktywnych, specjalisty ds. <i>public relations</i>, specjalisty ds. komunikacji społecznej, a także innych zawodów wymagających umiejętności kreatywnego tworzenia tekstów (pisarz, poeta, krytyk artystyczny, recenzent, twórca treści internetowych).</p>
<p>Dostęp do dalszych studiów</p>	<p>Uzyskany tytuł magistra kierunku <i>Media Content & Creative Writing</i> daje możliwość podnoszenia kwalifikacji na studiach podyplomowych i ubiegania się o przyjęcia na studia trzeciego stopnia.</p>

Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów	Instytut Filologii Polskiej
--	-----------------------------

Media Content & Creative Writing

Plan studiów niestacjonarnych II stopnia
Rok akademicki 2023/2024

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Gatunki i formaty medialne	8	8						16	OC	1
PR i zarządzanie wizerunkiem	8	8						16	OC	1
Prawo medialne i autorskie	10							10	ZAL	1
Narratologia i storytelling	6	14						20	OC	3
Wybrane dzieła literatury powszechnej 1	10	10						20	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 1	10	10						20	OC	2
Kierunki badań nad literaturą XX i XXI wieku	6	6						12	OC	2
Twórczość amatorska i kultura uczestnictwa		14						14	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 1				12				12	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 1				10				10	OC	1
Kultura języka polskiego 1	6	6						12	OC	1
Podstawy przedsiębiorczości		15						15	ZAL	1
SUMA	64	91		22				177		18

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
4 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 1		10						10	ZAL	4x2=8
Kurs 2		10						10	ZAL	
Kurs 3		10						10	ZAL	
Kurs 4		10						10	ZAL	
Moduł science	15							15	ZAL	1
Język obcy dla celów akademickich Język angielski B2 + Język francuski B2 + Język niemiecki B2 + Język rosyjski B2 +			15					15	oc.	1
SUMA	15	40	15					70		10

Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz.	punkty ECTS
Szkolenie biblioteczne	2	0
Bezpieczeństwo i higiena kształcenia ³	4	0

Semestr II

Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Social Media & Content Marketing	6	6						12	OC	1
Psychologia mediów społecznościowych	10							10	OC	1
Etyka mediów	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury powszechnej 2	6	10						16	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 2	6	10						16	OC	2
Proza gatunkowa	6	10						16	OC	2
Polski rynek wydawniczy	10							10	ZAL	1
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 1			10					10	ZAL	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 2				12				12	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 2				12				12	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 1			10					10	OC	2
Kultura języka polskiego 2	6	6						12	OC	2
Język w mediach	4	8						12	OC	2
SUMA	60	56	20	24				160		20

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Proseminarium magisterskie		8						8	ZAL	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 5		10						10	ZAL	5x2=10
Kurs 6		10						10	ZAL	
Kurs 7		10						10	ZAL	
Kurs 8		10						10	ZAL	
Kurs 9		10						10	ZAL	
SUMA		58						58		12

³Studenci, którzy odbyli szkolenie z Bezpieczeństwa i higieny kształcenia na platformie Moodle Uniwersytetu Pedagogicznego im. KEN na studiach I stopnia, nie powtarzają szkolenia po raz drugi na studiach II stopnia.

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
<i>Employer Branding</i>	6	6						12	OC	1
Technologia cyfrowa w warsztacie humanisty		10						10	ZAL	1
Projektowanie graficzne – wybrane zagadnienia		10						10	ZAL	1
Kultura niezależna	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 1	6	6						12	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 3	10	10						20	E	3
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 2			10					10	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 3				10				10	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 3				10				10	OC	1
Językowe środki perswazji	4	6						10	ZAL	1
Polszczyzna XXI wieku	4	6						10	OC	2
SUMA	36	60	10	20				126	1	16

Praktyka zawodowa

rodzaj zajęć	godz.	tyg.	punkty ECTS
Praktyka ciągła w agencji reklamowej, wydawnictwie lub instytucji kultury	30	Dwa pierwsze tygodnie października	2
SUMA	30		2

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 1					10			10	ZAL	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 10		10						10	ZAL	5x2=10
Kurs 11		10						10	ZAL	
Kurs 12		10						10	ZAL	
Kurs 13		10						10	ZAL	
Kurs 14		10						10	ZAL	
SUMA		50			10			60		12

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe				E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach				

		A	K	L	S	P				
Współczesna kultura audiowizualna	6	6						12	OC	1
Warsztat rzecznika prasowego	4		10					14	OC	1
Różnice kulturowe w przekazach medialnych	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 2	10	10						20	E	3
Literatura <i>non-fiction</i>	6	6						12	OC	2
Dramat i teatr współczesny	6	6						12	OC	2
Pogranicza i korespondencje sztuk	4	6						10	ZAL	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 4				12				12	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 4				10				10	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 2			10					10	OC	2
Retoryka stosowana	6	6						12	OC	1
Krytyczna analiza dyskursów medialnych	4	6						10	ZAL	1
SUMA	52	52	20	22				146	1	18

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 2					10			10	ZAL	2
3 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 15		10						10	ZAL	3x2=6
Kurs 16		10						10	ZAL	
Kurs 17		10						10	ZAL	
SUMA		30			10			40		8

Egzamin dyplomowy

	Punkty ECTS
Egzamin dyplomowy w oparciu o pracę lub projekt dyplomowy	4

Wykaz kursów do wyboru realizowanych w ramach studiów

Dynamika rynku pracy

Planowanie i rozwój kariery
<i>Personal branding</i>
Przywództwo w miejscu pracy
Praca zespołowa – warsztaty
Warsztaty kreatywnego myślenia
Mediacje i negocjacje w miejscu pracy
Coaching zawodowy – warsztaty
Komunikowanie w sytuacjach kryzysowych

Instytucje kultury, rynek sztuki, literatury i kultury popularnej

<i>Collaborative & Speechwriting</i>
Dostępność w instytucjach kultury
Warsztaty poetyckie
Antropologia kultury popularnej
Praktyki kulturowe XXI wieku
Rynek sztuki

Rynek mody
Biografia i biografistyka
Dziecko jako uczestnik i odbiorca kultury
Animacja życia literackiego
Tekst w branży muzycznej
Tekst w przestrzeni muzealnej
Nagrody i festiwale literackie, filmowe, muzyczne i teatralne
Song studies

Film, teatr, sztuki wizualne

Performans i kultura performatywna
Scenopisarstwo – warsztaty
Kino współczesne
Kino popularne
Interpretacja dzieła malarskiego
Malarstwo współczesne
Sztuka zaangażowana
Historia polskiego designu
Warsztaty typograficzne
Street art

Polityka, demokracja a nowa humanistyka

Antropologia posthumanistyczna
Humanistyka środowiskowa
Współczesne populizmy
Spółeczeństwo obywatelskie
Współczesne systemy polityczne
Współczesne mitologizacje i demitologizacje

Nowe nowe media

Badania opinii publicznej – metody i funkcje
Blog/vlog literacki i promocja książki w sieci
Współczesna blogosfera
Podcasting
Narracja w grach video
Celebrytyzacja przestrzeni publicznej

Język nowych mediów

Stereotypy etniczne w polszczyźnie i w tekstach kultury
Psycholingwistyka
Lingwistyka mentalna
Spółeczne determinanty języka
Język a płeć
Polszczyzna wobec przemian generacyjnych
Pragmalingwistyczna analiza wypowiedzi
Frazeologizmy jako tworzywo kultury

IFP. 501.6.2024

Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 7 lutego 2024 roku

w sprawie: zmiany w planach studiów

kierunek: media content & creative writing

poziom studiów: studia drugiego stopnia

forma studiów: niestacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym zaakceptowała zmiany w planach studiów dla kierunku **media content & creative writing – studia niestacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczęły się w roku akademickim 2023/2024.

jest:

semestr	Nazwa kursu	W	A	S	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
II	Seminarium magisterskie 1			10	10	ZAL	2

ma być:

semestr	Nazwa kursu	W	A	K	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
II	Proseminarium magisterskie		8		8	ZAL	2

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Piotr Kołodziej, prof. UKEN