

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2024/2025
STUDIA NIESTACJONARNE**

.....
data przyjęcia przez Radę Instytutu

.....
Podpis i pieczęć dyrektora

Studia wyższe na kierunku	Kulturoznawstwo i wiedza o mediach
Dziedzina/y	Dziedzina nauk humanistycznych, dziedzina nauk społecznych
Dyscyplina wiodąca (% udziału)	Literaturoznawstwo - 57%
Pozostałe dyscypliny (% udziału)	nauki o komunikacji społecznej i mediach - 17% nauki o kulturze i religii - 11% nauki o sztuce - 10% psychologia - 5%
Poziom	drugi
Profil	ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	studia niestacjonarne
Specjalności	menedżer i animator kultury coach medialny cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	IV
Uzyskany tytuł zawodowy	Magister
Warunki przyjęcia na studia	Warunki przyjęcia kandydata/ki to: ukończone studia licencjackie z obszaru nauk humanistycznych lub społecznych o efektach kształcenia zbliżonych do uzyskanych na studiach I stopnia <i>Kulturoznawstwa i wiedzy o mediach</i> . Komisja rekrutacyjna bierze pod uwagę ocenę z dyplomu oraz - w przypadku uzyskania takich samych wyników - średnią arytmetyczną ocen ze studiów, wyliczając z nich średnią.

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			
K_W01	Absolwent zna i rozumie w stopniu pogłębionym miejsce literaturoznawstwa, nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów w systemie nauk.	P7U_W	P7S_WG
K_W02	Absolwent ma pogłębioną wiedzę o przedmiotowo-metodologicznych powiązaniach literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach z innymi naukami, a w szczególności z naukami o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, socjologii, prawie, ekonomii i finansach.	P7U_W	P7S_WG
K_W03	Absolwent zna i rozumie w sposób pogłębiony specjalistyczną terminologię z zakresu literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii, nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P7U_W	P7S_WG
K_W04	Absolwent zna i rozumie w sposób pogłębiony specjalistyczną terminologię z zakresu literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii, nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.	P7U_W	P7S_WG
K_W05	Absolwent posiada specjalistyczną, uporządkowaną wiedzę o periodyzacji dziejów literatury, kultury i mediów.	P7U_W	P7S_WG
K_W06	Absolwent ma uporządkowaną wiedzę specjalistyczną o głównych kierunkach rozwoju, ośrodkach i szkołach badawczych literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także o historycznej zmienności stylów, nurtów, kierunków i konwencji różnorodnych zjawisk i tekstów kultury.	P7U_W	P7S_WG
K_W07	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę na temat wybitnych twórców kultury i dzieł uznanych za kanoniczne.	P7U_W	P7S_WG
K_W08	Absolwent orientuje się w aktualnym stanie badań literaturoznawczych, kulturoznawczych i w zakresie rozwoju wiedzy o mediach i komunikowaniu.	P7U_W	P7S_WG
K_W09	Absolwent orientuje się dogłębnie we współczesnym życiu kulturalnym.	P7U_W	P7S_WG
K_W10	Absolwent zna i rozumie w sposób pogłębiony różnorodne, złożone uwarunkowania i aksjologiczny kontekst prowadzonej działalności badawczej i zawodowej.	P7U_W	P7S_WG
K_W11	Absolwent ma pogłębioną wiedzę o najważniejszych zjawiskach kultury światowej, a także prowadzącą do specjalizacji wiedzę o związkach najważniejszych zjawisk kultury globalnej z kulturą rodzimą.	P7U_W	P7S_WG
K_W12	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę o historii, budowie i funkcjach systemu mediów.	P7U_W	P7S_WG

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 26 września 2016 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji typowych dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4 – poziomy 6-8 (Dz. U. z 2016 r., poz. 1594).

K_W13	Absolwent ma specjalistyczną i pogłębioną wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji, związanych z działalnością medialną i kulturalną.	P7U_W	P7S_WG
K_W14	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o miejscu człowieka w systemie kultury.	P7U_W	P7S_WG
K_W15	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o użytkownikach kultury i odbiorcach mediów.	P7U_W	P7S_WG
K_W16	Absolwent zna i rozumie prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów i instytucji kultury, a także pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej.	P7U_W	P7S_WG P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U01	Absolwent wyszukuje, ocenia i selekcjonuje i integruje informacje przydatne w zdobywaniu i pogłębianiu wiedzy z zakresu literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz formułuje na tej podstawie krytyczne sądy o historii, teorii i współczesnym funkcjonowaniu literatury, instytucji teatralnych, filmowych i telewizyjnych oraz Internetu.	P7U_U	P7S_UU
K_U02	Absolwent samodzielnie przygotowuje i selekcjonuje specjalistyczną bibliografię przedmiotową, analizując prace innych autorów, syntetyzując idee i poglądy, dobierając metody i konstruując narzędzia badawcze, sposoby opracowania i prezentacji wyników.	P7U_U	P7S_UW
K_U03	Absolwent formułuje złożone problemy badawcze w zakresie literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także dobiera metody i narzędzia do ich rozwiązywania.	P7U_U	P7S_UW
K_U04	Absolwent rozpoznaje różnorodne wytwory kultury i określa ich miejsce w kontekście kulturowym i obiegach kultury, stosując oryginalne podejścia i uwzględniając nowe osiągnięcia humanistyki.	P7U_U	P7S_UW
K_U05	Absolwent potrafi analizować i interpretować rozmaite typy tekstów kultury, rozpoznając złożone zjawiska i określając ich cechy, znaczenia, oddziaływanie społeczne i miejsce w procesie historyczno-kulturowym przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych.	P7U_U	P7S_UW
K_U06	Absolwent potrafi wykorzystać analizę prac innych autorów, dokonać syntezy nowych idei i poglądów, rozpoznawać nurty, kierunki i konwencje.	P7U_U	P7S_UO
K_U07	Absolwent posługuje się specjalistycznymi ujęciami teoretycznymi, precyzyjną terminologią i metodami w analizach i interpretacjach rozmaitych tekstów kultury oraz przekazów medialnych, integrując wiedzę z różnych dyscyplin humanistycznych.	P7U_U	P7S_UW
K_U08	Absolwent przygotowuje specjalistyczne prace pisemne oraz prezentacje i projekty właściwe dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza mediach, dotyczące zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych, różnych źródeł wiedzy oraz rozmaitych mediów.	P7U_U	P7S_UK
K_U09	Absolwent przygotowuje wystąpienia ustne właściwe dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza mediach, dotyczące zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem specjalistycznych ujęć teoretycznych oraz różnych źródeł wiedzy.	P7U_U	P7S_UK
K_U10	Absolwent używa języka specjalistycznego, prezentuje własne pomysły, krytyczne opinie o wytworach kultury,	P7U_U	P7S_UU

	wątpliwości, sugestie i merytoryczne argumentacje, stosując specjalistyczną terminologię oraz wykorzystując różne źródła wiedzy.		
K_U11	Absolwent przygotowuje teksty pisemne i ustne w języku obcym, ma umiejętności językowe w zakresie dziedzin nauki właściwych dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego B2+.	P7U_U	P7S_UK
K_U12	Absolwent potrafi samodzielnie planować własne uczenie się przez całe życie, a także komunikować się ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, odpowiednio uzasadniać stanowiska.	P7U_U	P7S_UK
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K01	Absolwent rozumie potrzebę ustawicznego kształcenia i zdobywania wiedzy, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.	P7U_K	P7S_KK
K_K02	Absolwent uczestniczy w życiu kulturalnym, interesuje się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego, nowymi zjawiskami w sztuce i formułuje na ich temat krytyczne sądy.	P7U_K	P7S_KK
K_K03	Absolwent potrafi pracować w zespole, podejmuje się pełnienia w nim różnych ról społecznych, a także rozumie potrzebę współdziałania z innymi na rzecz różnych środowisk.	P7U_K	P7S_KO
K_K04	Absolwent potrafi odpowiednio definiować kluczowe zadania indywidualne i grupowe oraz wyznaczać cele.	P7U_K	P7S_KO
K_K05	Absolwent ma świadomość poziomu nabytej wiedzy i umiejętności, pogłębia je i aktualizuje oraz integruje z pozostałymi dziedzinami wiedzy.	P7U_K	P7S_KK
K_K06	Absolwent rozpoznaje i rozstrzyga dylematy krytyka literackiego, teatralnego, filmowego i telewizyjnego, związane ze zjawiskami i tekstami kultury oraz przekazami i funkcjonowaniem mediów.	P7U_K	P7S_KK
K_K07	Absolwent ma świadomość roli kultury i mediów w kształtowaniu tożsamości narodowej i lokalnej.	P7U_K	P7S_KK
K_K08	Absolwent potrafi zadbać o poziom, poprawność i estetykę przekazów kulturowych.	P7U_K	P7S_KR
K_K09	Absolwent docenia i szanuje dziedzictwo kulturalne Polski, ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy, a także ma wiedzę i szacunek dla nie-zachodnich kultur i światowego dziedzictwa.	P7U_K	P7S_KR
K_K10	Absolwent rozumie potrzebę dialogu międzykulturowego i prowadzenia działań z zakresu dyplomacji kulturalnej.	P7U_K	P7S_KR
K_K11	Absolwent uczestniczy w życiu kulturalnym i formułuje niezależne sądy, korzystając z różnych mediów i różnych jego form.	P7U_K	P7S_KK
K_K12	Absolwent respektuje normy etyczne i prawne związane z działalnością naukową i zawodową.	P7U_K K	P7S_KR

Sylwetka absolwenta	<p>Absolwent posiada specjalistyczne wykształcenie humanistyczne i uporządkowaną, pogłębioną, szczegółową wiedzę z zakresu literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii, nauk o komunikacji społecznej i mediach. Posiada również podstawową wiedzę z zakresu nauk o sztuce, psychologii, zarządzania i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów. Zna specjalistyczną terminologię z zakresu wymienionych dyscyplin, zaawansowane metody badawcze tekstów i instytucji kultury, przekazów i instytucji medialnych.</p> <p>Absolwent identyfikuje, rozumie i analizuje zjawiska i procesy kulturowe oraz medialne, zarówno współczesne, jak i dawne, dobierając odpowiednie narzędzia badawcze, właściwe dla literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach, oraz pozwalające na integrowanie perspektyw badawczych. Przygotowuje prace pisemne i wystąpienia ustne oraz multimedialne typowe dla kierunku <i>Kulturoznawstwo i wiedza o mediach</i>, wykorzystując do tego celu specjalistyczne ujęcia teoretyczne oraz różne źródła wiedzy. Umie posługiwać się językiem specjalistycznym z zakresu literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach.</p> <p>Absolwent potrafi samodzielnie gromadzić i przetwarzać informacje, przygotować specjalistyczną bibliografię przedmiotową, poszerzać swoją wiedzę oraz rozwiązywać problemy, związane z kierunkiem studiów. Zna język obcy na poziomie biegłości minimum B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Przygotowuje teksty pisemne i ustne w obcym języku. Absolwent zna specjalistyczne zasady ochrony własności intelektualnej. Rozumie potrzebę ustawicznego kształcenia i zdobywania wiedzy. Ma świadomość roli kultury i mediów w kształtowaniu tożsamości narodowej i lokalnej. Uczestniczy w życiu kulturalnym swojego regionu i całego kraju.</p> <p>Absolwent kierunku studiów <i>Kulturoznawstwo i wiedza o mediach</i>, studia drugiego stopnia może podjąć dalsze kształcenie na studiach trzeciego stopnia i/lub studiach podyplomowych.</p>
Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	<p>Absolwent jest przygotowany/a do pracy w różnych instytucjach kultury i mediach, zgodnie z profilem wybranej specjalizacji. Posiada kompetencje niezbędne do pracy w kulturze i branżach kreatywnych. Jest przygotowany/a do podejmowania działań związanych z obsługą mediów społecznościowych, analizą raportów medialnych i trendów rynkowych w obszarze kultury.</p> <p>W zależności od wybranej specjalności absolwent posiada kompetencje niezbędne do wykonywania profesji i / lub obejmowania stanowisk:</p> <ul style="list-style-type: none"> - animatora kultury (inicjuje, organizuje i upowszechnia kulturę i sztukę w publicznych placówkach kulturalno-oświatowych oraz w środowisku lokalnym; kształtuje upodobania i zainteresowania kulturalne i artystyczne różnych grup społecznych; wspomaga artystyczną twórczość amatorską); kierownika domu kultury (kieruje pracą domu kultury w zakresie udzielonych pełnomocnictw i upoważnień zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa; upowszechnia i promuje kulturę; organizuje różnorodne formy edukacji kulturalnej i społecznej; planuje zadania i zarządza grupą

	<p>podległych pracowników; nadzoruje i utrzymuje kontakt z przedstawicielami organizacji kulturalnych, towarzystwami, kolekcjonerami itp.) lub menedżera projektu kulturalnego (bezpośrednio zarządza projektem, rozumianym jako tymczasowe przedsięwzięcie podejmowane w celu stworzenia unikalnego produktu, usługi lub innego produktu kulturalnego; odpowiada za osiągnięcie wyznaczonych celów projektu w wyznaczonym czasie, przy określonych zasobach i założonym budżecie; zajmuje się planowaniem, organizowaniem, nadzorowaniem realizacji i rozliczaniem projektów o charakterze inwestycyjnym, organizacyjnym, ekonomicznym, edukacyjnym, społecznym, informatycznym itp.) – specjalność menedżer i animator kultury;</p> <p>- specjalisty ds. marketingu internetowego (opracowuje strategię marketingu internetowego organizacji; nadzoruje jej wdrożenie i monitoruje skuteczność; kreuje wizerunek marki na rynku za pośrednictwem mediów elektronicznych; organizuje i przeprowadza badania rynku; planuje budżet marketingu internetowego; zarządza współpracą z dostawcami usług; zarządza podległym zespołem) – specjalność coach medialny;</p> <p>- menedżera zawartości serwisów internetowych związanych z branżą kreatywną (pozyskuje, weryfikuje, przetwarza i optymalizuje informacje oraz publikuje je w serwisach internetowych), info/media researchera (pozyskuje, weryfikuje, przetwarza i optymalizuje informacje) i/lub kuratora i administratora sztuki cyfrowej - specjalność cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne.</p>
Dostęp do dalszych studiów	Uzyskany tytuł magistra daje możliwość podnoszenia kwalifikacji na studiach podyplomowych i ubiegania się o przyjęcie do szkoły doktorskiej.
Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów	Instytut Filologii Polskiej

Kulturoznawstwo i wiedza o mediach
Plan studiów niestacjonarnych II stopnia
Rok akademicki 2024/2025

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E-learning razem	E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach								
		A	K	L	S	P				
Metodologie badań literaturoznawczych i kulturoznawczych	8	8						16	E	3
Kulturowa teoria literatury 1	8	8						16	OC	3
Religia a literatura	8	6						14	OC	2
Narratologia i storytelling		10						10	OC	2
Kierunki filmu współczesnego	16							16	OC	3
Komparatystyka medialna	6	6						12	OC	1
Tradycje współczesnej literatury polskiej	6	6						12	ZAL	1
Teoria mediów i komunikowania	10							10	ZAL	1
Ochrona własności intelektualnej							15	15	ZAL	1
suma	62	44					15	121	1	17

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E-learning razem	E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach								
		A	K	L	S	P				
2 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Gotycyzm i groza w literaturze		10						10	ZAL	4
Recepcja literatury w grupach czytelniczych		10						10	ZAL	
Warsztat kreatywnego pisania		10						10	ZAL	
Cyfrowe narzędzia badań literackich		10						10	ZAL	
Język obcy dla celów akademickich B2+			15					15	oc.	1
suma		20	15					35		5

Pozostałe zajęcia

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

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	Punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	8
Coach medialny	8
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne	8
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe	8

³ Studenci, 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 II

Zajęcia dydaktyczne – obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Krytyczna analiza dyskursów medialnych i tekstów kultury		10						10	ZAL	1
Kulturowa teoria literatury 2	8	8						16	E	3
Teatr i dramat współczesny	8	8						16	OC	2
Literatura a społeczeństwo	8	6						14	OC	2
Historia filmu polskiego	16							16	OC	2
Współczesna muzyka popularna	6	4						10	ZAL	1
Kierunki sztuki współczesnej	6	6						12	ZAL	2
Współczesne media w Polsce	10							10	ZAL	1
suma	62	42						104	1	14

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie				14				14	ZAL	2
Konwersatorium literaturoznawcze			10					10	ZAL	1
2 kursy do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Narratologia transmedialna		10						10	ZAL	4
Dynamika procesu twórczego		10						10	ZAL	
Komizm w literaturze		10						10	ZAL	
Humanistyka środowiskowa		10						10	ZAL	
SUMA		20	10		14			44		7

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	9
Coach medialny	9
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne	9
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe	9

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Współczesne gatunki publicystyczne i informacyjne	6	6						12	OC	2
Geopoetyka i turystyka literacka	8	8						16	OC	3
Literatura a filozofia	5	5						10	OC	2
Polska szkoła reportażu	8	8						16	OC	2
Kino popularne: ujęcie kulturoznawcze	10							10	OC	2
Praktyki adaptacyjne w kulturze współczesnej	6	6						12	OC	1
Kultura alternatywna	8	6						14	OC	2
SUMA	51	39						90		14

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					14			14	ZAL	2
Konwersatorium kulturoznawcze			10					10	ZAL	1
Dwa kursy do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Song studies		10						10	ZAL	4
Hiperteksty: formy i praktyki		10						10	ZAL	
Podróżopisarstwo XIX i XX wieku		10						10	ZAL	

SUMA	20	10		14		44	7
------	----	----	--	----	--	----	---

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	9
Coach medialny	9
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne	9
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe	9

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne – obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECT S
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Literatura a nowe media	8	8						16	OC	3
Współczesna krytyka literacka	8	8						16	OC	3
Wielokulturowość i etniczność w literaturze	8	8						16	OC	3
Animacja życia literackiego dzieci i młodzieży	6	6						12	ZAL	1
<i>Social media marketing</i>	6	8						14	ZAL	1
Komunikacja międzykulturowa	6	6						12	ZAL	1
suma	42	44						86		12

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					14			14	ZAL	2
Konwersatorium językoznawcze			10					10	ZAL	1
Jeden kurs do wyboru x 2 ECTS										
Mikrologia literacka		10						10	ZAL	2
Literackie gry z tradycją		10						10	ZAL	

Skandal w literaturze i kulturze		10					10	ZAL	
SUMA		10	10		14		34		5

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	5
Coach medialny	5
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne	5
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe	5

Egzamin dyplomowy

Tematyka	Punkty ECTS
Egzamin dyplomowy w oparciu o pracę lub projekt dyplomowy	8

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Menedżer i animator kultury
 Studia niestacjonarne 2024/2025

przyjęty przez Radę Instytutu dnia	
------------------------------------	--

Nazwa specjalności	Menedżer i animator kultury
--------------------	------------------------------------

Liczba punktów ECTS	31
---------------------	----

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwent jest przygotowany do pracy w charakterze menedżera kultury, posiadającego wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, potrzebne do zarządzania instytucją kultury, fundacją lub stowarzyszeniem. Posiada kompetencje niezbędne do wykonywania zawodu i / lub obejmowania stanowisk:

- **animatora kultury** (inicjuje, organizuje i upowszechnia kulturę i sztukę w publicznych placówkach kulturalno-oświatowych oraz w środowisku lokalnym; kształtuje upodobania i zainteresowania kulturalne i artystyczne różnych grup społecznych; wspomaga artystyczną twórczość amatorską,
- **kierownika domu kultury** (kieruje pracą domu kultury w zakresie udzielonych pełnomocnictw i upoważnień zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa; upowszechnia i promuje kulturę; organizuje różnorodne formy edukacji kulturalnej i społecznej; planuje zadania i zarządza grupą podległych pracowników; nadzoruje i utrzymuje kontakt z przedstawicielami organizacji kulturalnych, towarzystwami, kolekcjonerami itp.),
- **menedżera projektu kulturalnego** (bezpośrednio zarządza projektem, rozumianym jako tymczasowe przedsięwzięcie podejmowane w celu stworzenia unikalnego produktu, usługi lub innego produktu kulturalnego; odpowiada za osiągnięcie wyznaczonych celów projektu w wyznaczonym czasie, przy kreślonych zasobach i założonym budżecie; zajmuje się planowaniem, organizowaniem, nadzorowaniem realizacji i rozliczaniem projektów o charakterze inwestycyjnym, organizacyjnym, ekonomicznym, edukacyjnym, społecznym, informatycznym itp.).

Efekty kształcenia dla modułu specjalności

WIEDZA	
MW01	Absolwent jest w stanie rozwijać i twórczo stosować wiedzę z dziedziny nauk humanistycznych i społecznych w profesjonalnej działalności menedżera kultury.
MW02	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach kultury, integruje ją z podstawami zarządzania i ekonomii w celu zarządzania kulturą.
MW03	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach kultury, integruje ją z podstawami ekonomiki mediów w celu zarządzania kulturą.

MW04	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach kultury, integruje ją z podstawami marketingu, finansów i bankowości w celu zarządzania kulturą.
MW05	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach kultury, integruje ją z socjologią organizacji w celu zarządzania kulturą.
MW06	Absolwent ma pogłębioną, szczegółową i uporządkowaną wiedzę na temat funkcjonowania instytucji kultury i potrafi ją wykorzystywać w celu zarządzania kulturą.
MW07	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o komunikacji w organizacji.
MW08	Absolwent orientuje się we współczesnym życiu kulturalnym i zna współczesne instytucje kultury.
MW09	Absolwent ma uporządkowaną, szczegółową wiedzę na temat zasad, sposobów i uwarunkowań konstruowania oferty kulturalnej, a także wiedzę o kulturze organizacji.
MW10	Absolwent ma pogłębioną, szczegółową i uporządkowaną wiedzę na temat ekonomicznych uwarunkowań współczesnej oferty kulturalnej, a także specjalistyczną wiedzę na temat metod analizy oferty kulturalnej.
MW11	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną i szczegółową wiedzę na temat funkcjonowania polskiego systemu medialnego.
MW12	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o użytkownikach kultury i odbiorcach mediów, wynikającą m.in. z psychologii społecznej.
MW13	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o mechanizmach funkcjonowania współczesnego przemysłu kulturowego.
MW14	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, szczegółową wiedzę o mechanizmach konstruowania kulturowej oferty przez podmioty współczesnego przemysłu kulturowego.
MW15	Absolwent posiada specjalistyczną wiedzę na temat społecznych i ekonomicznych uwarunkowań stylów, nurtów, kierunków i konwencji współczesnych zjawisk i tekstów kultury.
MW16	Absolwent orientuje się w aktualnym stanie badań kulturoznawczych i w zakresie rozwoju wiedzy o współczesnych mediach elektronicznych.
MW17	Absolwent zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.
UMIĘJĘTNOŚCI	
MU01	Absolwent potrafi formułować krytyczne sądy na podstawie swojej wiedzy z zakresu kulturoznawstwa.

MU02	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować specjalistyczną bibliografię przedmiotową, analizując prace innych autorów, syntetyzując idee i poglądy, dobierając metody i konstruując narzędzia badawcze, sposoby opracowania i prezentacji wyników.
MU03	Absolwent samodzielnie zdobywa wiedzę na kulturoznawcze tematy, poszerza własne umiejętności i podejmuje autonomiczne działania badawcze i organizacyjne, wykorzystując wiedzę z zakresu podstaw zarządzania, ekonomii, ekonomiki mediów, marketingu, finansów i bankowości oraz socjologii organizacji w celu zarządzania kulturą.
MU04	Absolwent rozpoznaje złożone zjawiska kultury i określa przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych ich cechy, znaczenia, oddziaływanie społeczne i miejsce w procesie historyczno-kulturowym, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MU05	Absolwent analizuje i interpretuje rozmaite teksty kultury, wykorzystując syntezę nowych idei i poglądów.
MU06	Absolwent analizuje i interpretuje rozmaite teksty kultury, rozpoznając nurty, kierunki i konwencje przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych.
MU07	Absolwent przygotowuje specjalistyczne prace pisemne oraz prezentacje właściwe dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza mediach, wykorzystując różne źródła wiedzy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MU08	Absolwent przygotowuje specjalistyczne prace pisemne oraz prezentacje właściwe dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza mediach, wykorzystując rozmaite media.
MU09	Absolwent przygotowuje wystąpienia ustne właściwe dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza mediach, dotyczące zagadnień szczegółowych z wykorzystaniem różnych źródeł wiedzy.
MU10	Absolwent zna i stosuje zasady Public Relations.
MU11	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, wykorzystując poglądy własne oraz innych autorów oraz wiedzę z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MU12	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, formułując wnioski i syntetyczne podsumowania.
MU13	Absolwent prezentuje krytyczne opinie o wytworach kultury, stosując specjalistyczną terminologię i wykorzystując różne źródła wiedzy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MU14	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, wykorzystując w ustnych wystąpieniach zarówno komunikację werbalną, jak i niewerbalną.

KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
MK01	Absolwent potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.
MK02	Absolwent potrafi mobilizować innych do ochrony i pomnażania dóbr kultury, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MK03	Absolwent interesuje się aktualnymi wydarzeniami kulturalnymi, nowatorskimi formami wyrazu artystycznego, nowymi zjawiskami w sztuce.
MK04	Absolwent potrafi przyjmować w grupie różne role.
MK05	Absolwent pogłębia i aktualizuje nabytą wiedzę oraz integruje ją z pozostałymi dziedzinami.
MK06	Absolwent umie współpracować z różnymi środowiskami na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego regionu, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MK07	Absolwent umie współpracować z różnymi środowiskami na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego kraju, wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MK08	Absolwent umie współpracować z różnymi środowiskami na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego Europy wykorzystując wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
MK09	Absolwent potrafi wyznaczać cele wspólnego działania.

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
MW01								x	x		x		
MW02								x	x		x		
MW03							x				x		
MW04							x	x			x		
MW05							x				x		
MW06							x				x		
MW07								x	x		x		
MW08								x	x		x		
MW09	x	x					x	x		x		x	x
MW10	x	x				x	x	x		x		x	x
MW11						x		x			x		

MW12							x						
MW13							x				x		
MW14	x					x							
MW15						x							
MW16							x	x					
MW17							x	x					
MU01							x	x		x	x		x
MU02	x											x	
MU03								x			x		
MU04							x	x		x	x		x
MU05	x					x							
MU06						x	x	x			x		
MU07								x	x				
MU08								x					
MU09							x	x		x	x		x
MU10							x	x	x	x	x		x
MU11						x	x	x					
MU12							x	x			x		
MU13	x	x					x	x		x	x		x
MU14						x	x	x					
MK01							x	x	x		x		
MK02							x	x			x		
MK03						x					x		
MK04	x						x	x		x	x		x
MK05						x	x	x		x	x		x
MK06							x	x		x	x		x
MK07							x	x	x		x		
MK08		x					x	x		x	x		x
MK09							x	x		x	x		x

.....
podpis i pieczęć dyrektora

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Menedżer i animator kultury
 Studia stacjonarne II stopnia 2024/2025

Semestr 1

Zajęcia dydaktyczne – obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia społeczna	8	8						16	E	3
Zarządzanie instytucjami kultury	8	8						16	OC	2
Przemysły kreatywne: od idei do produktu	8	12						20	OC	2
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	8							8	OC	1
SUMA	32	28						60	1	8

Semestr 2

Zajęcia dydaktyczne – obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie wizerunkiem i PR	8	6						14	OC	2
Podstawy marketingu	8							8	OC	1
Podstawy finansów i bankowości		10						10	OC	2
Tworzenie i analiza oferty kulturalnej	6	4						10	OC	2
Społeczeństwo obywatelskie: teorie, praktyki		14						14	OC	2
SUMA	22	34						56		9

Semestr 3

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Edukacja kulturowa	12							12	OC	1
Socjologia i kultura organizacji	10							10	OC	2
Ochrona dziedzictwa narodowego	8							8	OC	1
Kultura czasu wolnego	12							12	OC	1
Wykluczenie kulturowe i jego profilaktyka	6	8						14	OC	2
SUMA	48	8						56		7

Praktyki

nazwa praktyki	Godz.	Tyg.	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Praktyka nieciągła w instytucji kultury lub w mediach	80	Realizacja w semestrze III	ZAL	2

Semestr 4

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Organizacja i promocja imprez kulturalnych	6	6						12	OC	2
Zarządzanie zasobami ludzkimi	6	6						12	OC	1
Pozyskiwanie funduszy unijnych	6	6						12	OC	1
Wprowadzenie do dyplomacji kulturalnej		10						10	OC	1
SUMA	18	28						46		5

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Coach medialny

Studia niestacjonarne II stopnia 2024/2025

przyjęty przez Radę Instytutu dnia	
------------------------------------	--

Nazwa specjalności	Coach medialny
--------------------	-----------------------

Liczba punktów ECTS	31
---------------------	----

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

<p>Absolwent jest doradcą przygotowanym do pracy w charakterze coacha medialnego, potrafiącego wspierać klienta w pomnażaniu jego osobistego potencjału. Wspomaga go w sukcesywnym rozwoju i karierze zawodowej, np. w ramach działalności własnej klienta, jego pracy w firmie, korporacji etc. Wspiera on szczególnie osoby odpowiedzialne za kontakty i komunikację z mediami oraz kreowanie profesjonalnego wizerunku firmy w mediach. Jest doradcą, który dla osiągnięcia celu taktownie wkracza w sferę prywatną klienta, aby go zmotywować i zdopingować do osiągnięcia zawodowych sukcesów. Klientami coacha medialnego mogą być osoby prowadzące firmy, liderzy, mówcy, rzecznicy prasowi firm i korporacji oraz instytucji, politycy, reprezentanci organizacji, a także kadry nimi zarządzające oraz kształtujące ich relacje ze środkami masowego przekazu.</p> <p>Absolwent jest przygotowany do wykonywania zawodu specjalisty ds. marketingu internetowego (opracowuje strategię marketingu internetowego organizacji; nadzoruje jej wdrożenie i monitoruje skuteczność; kreuje wizerunek marki na rynku za pośrednictwem mediów elektronicznych; organizuje i przeprowadza badania rynku; planuje budżet marketingu internetowego; zarządza współpracą z dostawcami usług; zarządza podległym zespołem).</p>

Efekty kształcenia dla modułu specjalności

WIEDZA	
W01	Absolwent jest w stanie rozwijać i twórczo stosować wiedzę z dziedziny nauk humanistycznych i społecznych w profesjonalnej działalności coacha medialnego.
W02	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach medialnych, integruje ją z coachingiem oraz innymi narzędziami potrzebnymi w wykonywaniu zawodu (m.in. z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów).
W03	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach medialnych i potrafi ją wykorzystać w zarządzaniu projektem.

W04	Absolwent ma pogłębioną, szczegółową i uporządkowaną wiedzę na temat funkcjonowania instytucji i systemów medialnych i potrafi ją wykorzystywać w profesjonalnej działalności coacha medialnego.
W05	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę na temat funkcjonowania współczesnej rzeczywistości medialnej i systemów medialnych.
W06	Absolwent ma specjalistyczną wiedzę na temat zależności między mediami a współczesnym społeczeństwem.
W07	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o użytkownikach mediów, wynikającą m.in. z nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów.
W08	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o mechanizmach funkcjonowania komunikacji niewerbalnej i audiowizualnej oraz różnorodnych aspektów komunikowania.
W09	Absolwent posiada specjalistyczną wiedzę na temat szerokich uwarunkowań stylów, nurtów, kierunków i konwencji współczesnych zjawisk i tekstów medialnych.
W10	Absolwent orientuje się w aktualnym stanie badań kulturoznawczych i w zakresie rozwoju wiedzy o współczesnych mediach elektronicznych.
W11	Absolwent zna metody pracy z klientem w profesjonalnej działalności coacha medialnego.
W12	Absolwent posiada szczegółową wiedzę z zakresu prawnych aspektów działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej oraz z obszaru pozyskiwania funduszy unijnych i zarządzania projektem.
UMIEJĘTNOŚCI	
U01	Absolwent potrafi opracować strategię marketingu internetowego organizacji, nadzorować jej wdrożenie i monitorować skuteczność
U02	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować specjalistyczną bibliografię przedmiotową analizując jej treść, dobierając metody i konstruując narzędzia badawcze, sposoby opracowania i prezentacji wyników.
U03	Absolwent samodzielnie zdobywa wiedzę, poszerza własne umiejętności i podejmuje autonomiczne działania badawcze i organizacyjne, wykorzystując wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności coacha medialnego.
U04	Absolwent rozpoznaje złożone zjawiska medialne i przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych określa ich cechy i znaczenie.
U05	Absolwent przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych określa oddziaływanie społeczne zjawisk medialnych i ich miejsce w procesie historyczno-kulturowym, wykorzystując wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem i wizerunkiem

	oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności coacha medialnego. Absolwent organizuje i przeprowadza badania rynku.
U06	Absolwent analizuje i interpretuje rozmaite trendy rynkowe.
U07	Absolwent ma opanowany warsztat związany z kreowaniem wizerunku marki na rynku za pośrednictwem mediów elektronicznych. Samodzielnie planuje budżet marketingu internetowego.
U08	Absolwent przygotowuje specjalistyczne wystąpienia publiczne i potrafi przeprowadzić szkolenia.
U09	Absolwent zna i stosuje techniki radzenia sobie ze stresem oraz zarządzania konfliktem.
U10	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, wykorzystując poglądy własne i innych autorów, wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem i wizerunkiem oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności coacha medialnego.
U11	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, formułując wnioski i syntetyczne podsumowania wykorzystując w ustnych wystąpieniach zarówno komunikację werbalną, jak i niewerbalną.
U12	Absolwent ma opanowane techniki pracy głosem oraz sztukę pisania, retorykę i stylistykę tekstów użytkowych.
U13	Absolwent potrafi dobrać odpowiednie metody pracy do konkretnego zadania z zakresu profesjonalnej działalności coacha medialnego i odpowiednio zaplanować swoje działania zawodowe.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	Absolwent potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.
K02	Absolwent potrafi mobilizować innych do ochrony i pomnażania dóbr kultury, wykorzystując wiedzę z zakresu coachingu medialnego.
K03	Absolwent potrafi wyznaczać cele wspólnego działania, zarządzać współpracą z dostawcami usług i zarządzać podległym zespołem.
K04	Absolwent potrafi przyjmować w grupie różne role.
K05	Absolwent umie współpracować z różnymi środowiskami na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego kraju, regionu i Europy wykorzystując wiedzę z zakresu socjologii i psychologii mediów w celu coachingu medialnego.

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	ćwiczenia warsztatowe	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin (zaliczenie)	Egzamin pisemny	Inne
W01								x	x		x		
W02								x	x		x		
W03						x	x	x	x		x		
W04		x						x	x		x		
W05								x	x		x		
W06								x	x		x		
W07								x			x		
W08		x				x	x	x			x		
W09								x			x		
W11		x				x	x	x			x		
W12		x				x	x	x			x		
U01		x				x	x	x	x	x	x		
U02		x				x	x	x	x	x	x		
U03		x				x	x	x	x	x	x		
U04		x						x			x		
U05		x						x			x		
U06		x						x			x		
U07		x						x			x		
U08		x						x			x		
U09		x				x	x	x	x	x	x		
U10		x				x	x	x			x		
U11		x						x			x		
U12		x				x	x	x			x		
U13		x				x	x	x			x		
K01		x					x				x		x
K02		x					x				x		x
K03		x					x				x		x
K04		x					x				x		x
K05		x					x				x		x

.....

podpis i pieczęć dyrektora

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Coach medialny
Studia niestacjonarne II stopnia 2024/2025

Semestr 1

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia społeczna	8	8						16	E	3
Podstawy coachingu	6	6						12	OC	1
Podstawy zarządzania i ekonomii	8	8						16	OC	3
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	8							8	OC	1
SUMA	30	22						52	1	8

Semestr 2

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia mediów i komunikowania	14							14	OC	2
Psychologia emocji i motywacji	6	6						12	OC	1
Narzędzia i metody coachingu	8	8						16	OC	2
Etyka w zawodzie coacha		8						8	OC	2
Zarządzanie wizerunkiem i PR	8	6						14	OC	2
SUMA	36	28						64		9

Semestr 3

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Systemy medialne i ekologia mediów	12							12	OC	1
Kompetencje komunikacyjne coacha	16							16	OC	2
Psychologia wpływu społecznego i przywództwa	4	4						8	OC	1
Warsztaty coachingowe		10						10	OC	2
Fundusze unijne i podstawy zarządzania projektem	8							8	OC	1
SUMA	40	14						54		7

Praktyki

nazwa praktyki	Godz.	Tyg.	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Praktyka nieciągła w instytucji kultury lub w mediach	80	Realizacja w semestrze III	ZAL	2

Semestr 4

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia zarządzania konfliktem	12							12	OC	1
Psychologia rozwoju człowieka dorosłego	8	4						12	OC	1
Warsztat rzecznika prasowego		8						8	OC	1
Strategie radzenia sobie ze stresem		8						8	OC	1
Analiza trendów rynkowych		8						8	OC	1
SUMA	20	28						48		5

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne
 Studia niestacjonarne 2024/2025

przyjęty przez Radę Instytutu dnia	
------------------------------------	--

Nazwa specjalności	Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne
--------------------	--

Liczba punktów ECTS	31
---------------------	----

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwent specjalności *Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne* na kierunku *Kulturoznawstwo i wiedza o mediach* II stopnia posiada wiedzę, kompetencje i umiejętności w zakresie projektowania i efektywnego wdrażania rozwiązań dla mediów cyfrowych i przemysłu kreatywnego. Potrafi projektować i zarządzać produktami cyfrowymi, dokonywać adaptacji treści na potrzeby różnych platform medialnych oraz kanałów dystrybucji oferty w mediach elektronicznych, cyfrowych i (audio)wizualnych. Samodzielnie tworzy przekazy transmedialne do celów marketingowych, reklamowych, wizerunkowych, artystycznych, kreuje strategie promocji idei, towarów, usług i osób w mediach społecznościowych przy wykorzystaniu narzędzi komunikacji cyfrowej.

Absolwent posiada wiedzę z zakresu cyberkultury, gatunków i formatów medialnych, funkcjonowania przemysłów kreatywnych oraz systemów medialnych w kraju i zagranicą, humanistyki cyfrowej, adaptacji przekazów medialnych w obiegach kulturowych, storytellingu, gamifikacji, strategii promocji i reklamy produktów medialnych w mediach społecznościowych, zarządzania cyklem życia obiektu cyfrowego, ekonomiki mediów oraz analizy rynku usług medialnych. Dysponuje także nowoczesną wiedzą z zakresu współczesnej literatury, literatury sieciowej, filmu, teatru, komiksu, muzyki i kultury popularnej, gier oraz sztuki, w tym sztuki nowych mediów oraz ich całościowych związków z rynkiem mediów oraz roli w rozwijaniu krajowych i zagranicznych przemysłów kreatywnych. Zna popularne konwencje estetyczne i gatunkowe i potrafi je wykorzystywać w cyfrowej produkcji. Absolwent posiada wiedzę z zakresu komunikacji (audio)wizualnej, multimedialnej oraz sieciowej, a także zastosowań AI (sztucznej inteligencji), VR (wirtualnej rzeczywistości), AR (rozszerzonej rzeczywistości) i MR (mix reality), dzięki czemu potrafi projektować atrakcyjne i efektywne rozwiązania dla sfery biznesu, edukacji i rozrywki oparte na rynku mediów. Potrafi dopasować i rozwijać ofertę medialną dla poszczególnych podmiotów rynku medialnego, w tym producentów, dystrybutorów oraz klientów indywidualnych. Potrafi analizować istniejące trendy kulturowe w kreowaniu produktów cyfrowych oraz form medialnych, a także projektować kompleksowe strategie ich wdrażania przy wykorzystaniu mediów cyfrowych, social mediów oraz specjalistycznych narzędzi komunikacji marketingowej i reklamy. **Absolwent jest przygotowany do wykonywania zawodu menedżera zawartości serwisów internetowych związanych z branżą kreatywną** (pozyskuje, weryfikuje, przetwarza i optymalizuje informacje oraz publikuje je w serwisach internetowych), profesji **info/media researchera** (pozyskuje, weryfikuje, przetwarza i optymalizuje informacje) i/lub **kuratora i administratora sztuki cyfrowej**.

Efekty kształcenia dla modułu specjalności

WIEDZA	
W01	Absolwent jest w stanie rozwijać i twórczo stosować wiedzę z dziedziny nauk humanistycznych i społecznych w profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy.
W02	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach medialnych, integruje ją z cyberkulturoznawstwem oraz innymi narzędziami potrzebnymi w wykonywaniu zawodu (m.in. zakresu z nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o kulturze i religii, nauk o sztuce, psychologii, zarządzaniu i jakości, nauk socjologicznych, prawnych, ekonomii i finansów).
W03	Absolwent posiada pogłębioną, uporządkowaną, specjalistyczną wiedzę o zjawiskach i tekstach medialnych i potrafi ją wykorzystać w zarządzaniu przemysłami kreatywnymi i projektowaniu produktów cyfrowych.
W04	Absolwent ma pogłębioną, szczegółową i uporządkowaną wiedzę na temat funkcjonowania instytucji, rynków oraz systemów medialnych i potrafi ją wykorzystywać w profesjonalnej działalności z zakresu przemysłów kreatywnych .
W05	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę na temat funkcjonowania we współczesnej rzeczywistości medialnej i systemów medialnych.
W06	Absolwent ma specjalistyczną wiedzę na temat zależności między mediami a współczesnym rynkiem sztuki.
W07	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o nadawcach i odbiorcach mediów.
W08	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, prowadzącą do specjalizacji, szczegółową wiedzę o mechanizmach funkcjonowania komunikacji audiowizualnej oraz różnorodnych aspektów komunikowania multimedialnego.
W09	Absolwent posiada specjalistyczną wiedzę na temat szerokich uwarunkowań stylów, nurtów, kierunków i konwencji współczesnych zjawisk i tekstów medialnych.
W10	Absolwent orientuje się w aktualnym stanie badań kulturoznawczych i w zakresie rozwoju wiedzy o współczesnych mediach elektronicznych.
W11	Absolwent zna metody pracy z klientem w profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy.
UMIEJĘTNOŚCI	
U01	Absolwent potrafi opracować strategię marketingu internetowego organizacji, nadzorować jej wdrożenie i monitorować skuteczność.
U02	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować specjalistyczną bibliografię przedmiotową analizując jej treść, dobierając metody i konstruując narzędzia badawcze, sposoby opracowania i prezentacji wyników.

U03	Absolwent samodzielnie zdobywa wiedzę, poszerza własne umiejętności i podejmuje autonomiczne działania badawcze i organizacyjne, wykorzystując wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy.
U04	Absolwent rozpoznaje złożone zjawiska medialne i przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych określa ich cechy i znaczenie.
U05	Absolwent przy wykorzystaniu precyzyjnie dobranych metod i narzędzi badawczych określa oddziaływanie społeczne zjawisk medialnych i ich miejsce w procesie historyczno-kulturowym, wykorzystując wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem i wizerunkiem oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy.
U06	Absolwent analizuje i interpretuje rozmaite teksty medialne i cyfrowe, wykorzystując nowe inspiracje i metody.
U07	Absolwent ma opanowany warsztat związany z kreowaniem wizerunku w mediach.
U08	Absolwent przygotowuje specjalistyczne wystąpienia publiczne.
U09	Absolwent zna i stosuje techniki związane z psychologią kreatywności.
U10	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, wykorzystując poglądy własne i innych autorów, wiedzę z zakresu podstaw zarządzania projektem i wizerunkiem oraz socjologii mediów w profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy.
U11	Absolwent potrafi przekonująco argumentować, formułując wnioski i syntetyczne podsumowania wykorzystując w ustnych wystąpieniach zarówno komunikację werbalną, jak i niewerbalną.
U12	Absolwent ma opanowaną sztukę projektowania treści medialnych dla przemysłów kreatywnych.
U13	Absolwent potrafi dobrać odpowiednie metody pracy do konkretnego zadania z zakresu profesjonalnej działalności cyberkulturoznawcy i odpowiednio zaplanować swoje działania zawodowe.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	Absolwent potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.
K02	Absolwent potrafi mobilizować innych do ochrony i pomnażania dóbr kultury, wykorzystując wiedzę z zakresu cyberkulturoznawstwa medialnego.
K03	Absolwent potrafi wyznaczać cele wspólnego działania.
K04	Absolwent potrafi przyjmować w grupie różne role.
K05	Absolwent umie współpracować z różnymi środowiskami na rzecz ochrony dziedzictwa kulturowego kraju, regionu i Europy wykorzystując wiedzę z zakresu psychologii i ekologii mediów w celu projektowania treści w przemyśle kreatywnym.

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	ćwiczenia warsztatowe	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin (zaliczenie) ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01								x	x		x		
W02								x	x		x		
W03						x	x	x	x		x		
W04		x						x	x		x		
W05								x	x		x		
W06								x	x		x		
W07								x			x		
W08		x				x	x	x			x		
W09								x			x		
W10						x	x	x			x		
W11		x				x	x	x			x		
U01		x				x	x	x	x	x	x		
U02		x				x	x	x	x	x	x		
U03		x				x	x	x	x	x	x		
U04		x						x			x		
U05		x						x			x		
U06		x						x			x		
U07		x						x			x		
U08		x						x			x		
U09		x				x	x	x	x	x	x		
U10		x				x	x	x			x		
U11		x						x			x		
U12		x				x	x	x			x		
U13		x				x	x	x			x		
K01		x					x				x		x
K02		x					x				x		x
K03		x					x				x		x
K04		x					x				x		x
K05		x					x				x		x

.....

podpis i pieczęć dyrektora

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne
 Studia niestacjonarne II stopnia 2024/2025

Semestr 1

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Przemysły kreatywne: od idei do produktu	12	12						24	E	2
Psychologia społeczna	8	8						16	E	3
Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa	6	6						12	OC	1
Podstawy zarządzania projektem	6	6						12	OC	1
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	8							8	OC	1
SUMA	40	32						72	2	8

Semestr 2

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie organizacją medialną	6	6						12	OC	2
Teoria przekładu intersemiotycznego i intermedialnego	10							10	OC	1
Analiza trendów rynkowych	6	6						12	OC	2
Zarządzanie wizerunkiem i PR	6	6						12	OC	2
Sztuka cyfrowa: rynki, praktyki, strategie	6	6						12	OC	2
SUMA	34	24						58		9

Semestr 3

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Systemy medialne i ekologia mediów	12							12	OC	1
Analiza doświadczenia użytkowników (<i>user experience analysis</i>)	6	6						12	OC	1
Muzyka i nowe media	4	4						8	OC	1
Zarządzanie treścią w serwisach internetowych	8							8	OC	1
Przemysł gier komputerowych	4	4						8	OC	1
<i>Content marketing</i>		10						10	OC	2
SUMA	34	24						58		7

Pozostałe zajęcia

nazwa praktyki	Godz.	Tyg.	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Praktyka NIECIĄGŁA w instytucji kultury lub w mediach	80	Realizacja w semestrze III	ZAL	2

Semestr 4

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Digital storytelling	6	6						12	OC	1
Fotografia artystyczna		10						10	OC	1
Zarządzanie komunikacją organizacji	6	6						12	OC	1
Społeczno-kulturowe uwarunkowania przekazów medialnych		8						8	OC	1
Współczesne badania recepcji tekstów kultury	4	4						8	OC	1
SUMA	16	34						50		5

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe
 Studia niestacjonarne 2024/2025

przyjęty przez Radę Instytutu dnia 	
---	--

Nazwa specjalności	Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe
--------------------	---

Liczba punktów ECTS	31
---------------------	-----------

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwent studiów drugiego stopnia na kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach, specjalność *zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe*, posiada kwalifikacje niezbędne do pracy w wydawnictwach książkowych, portalach internetowych, redakcjach czasopism, agencjach content marketingowych, reklamowych i PR-owych, a także w instytucjach zatrudniających specjalistów ds. zarządzania wizerunkiem w mediach.

Ma wiedzę na temat planowania i realizacji strategii komunikowania się firm i instytucji z mediami, co umożliwi mu pracę na stanowisku specjalisty ds. reklamy oraz public relations. Ma umiejętności niezbędne do pracy na stanowisku specjalisty ds. marketingu internetowego. Absolwent jest przygotowany do pracy jako koordynator projektów wydawniczych, zarówno w mediach tradycyjnych, jak i cyfrowych. Orientuje się w kierunkach rozwoju edytorstwa cyfrowego, zna zastosowanie najnowszych technologii w edytorstwie, a także ma podstawową wiedzę na temat projektowania stron internetowych oraz aplikacji, co daje mu szansę wyspecjalizowania się w zawodzie webmastera.

Efekty kształcenia dla modułu specjalności

WIEDZA	
ZiP_W01	Absolwent posiada wiedzę dotyczącą reklamy i <i>public relations</i> (PR), zna podstawowe pojęcia z tej dziedziny
ZiP_W02	Absolwent zna strategie komunikacyjne wykorzystywane przy budowie wizerunku w mediach tradycyjnych i mediach cyfrowych
ZiP_W03	Absolwent posiada pogłębioną wiedzę na temat wystąpień publicznych, budowania wizerunku osób i instytucji oraz na temat strategii przygotowywania wystąpień publicznych
ZiP_W04	Absolwent posiada uporządkowaną, pogłębioną wiedzę z zakresu podstaw marketingu, zna zasady budowania strategii marketingowych i kreowania wizerunku osób, firm i instytucji
ZiP_W05	Absolwent zna specjalistyczną terminologię z zakresu komunikowania w dziedzinie marketingu i <i>public relations</i>

ZiP_W06	Absolwent ma pogłębioną wiedzę o prawnych aspektach działalności specjalisty w dziedzinie copywritingu, zna ustawowe regulacje prawne, zna i rozumie przepisy i pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego
ZiP_W07	Absolwent posiada pogłębioną wiedzę w zakresie językowych i pozajęzykowych strategii komunikacyjnych realizowanych w mediach tradycyjnych i nowych, szczególnie w aspekcie komunikowania marketingowego.
ZiP_W08	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę na temat różnych aspektów komunikowania wizualnego w aspekcie kreowania wizerunku, zna strategię i schematy zarządzania wizerunkiem w przestrzeni mediów tradycyjnych i nowych
ZiP_W09	Absolwent zna zaawansowane strategie erystyczne wykorzystywane podczas wystąpień publicznych i debat
ZiP_W10	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę z zakresu retoryki i teorii argumentacji
ZiP_W11	Absolwent zna zaawansowane strategie komunikowania wykorzystywane w pracy rzecznika, szczególnie w aspekcie wypowiedzi medialnych i postępowania w sytuacjach kryzysowych
ZiP_W12	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę z zakresu edytorstwa i e-edytorstwa
ZiP_W13	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę na temat wybranych aspektów historii edytorstwa i historii książki; zna najnowsze oprogramowanie oraz zasady tworzenia tekstu i zarządzania nim w środowisku internetowym
ZiP_W14	Absolwent zna zasady redakcyjnego opracowania tekstów
ZiP_W15	Absolwent zna zasady projektowania różnego typu publikacji i e-publikacji; ma pogłębioną wiedzę na temat typografii typowych publikacji z uwzględnieniem publikacji w środowisku internetowym
ZiP_W16	Absolwent ma uporządkowaną, pogłębioną, specjalistyczną wiedzę na temat edytorstwa tekstów różnego typu
ZiP_W17	Absolwent ma rozszerzoną wiedzę na temat organizacji i funkcjonowania instytucji związanych z działalnością edytorską i poligraficzną
ZiP_W18	Absolwent ma rozszerzoną wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji związanych z działalnością edytorską i poligraficzną, ze szczególnym uwzględnieniem środowiska internetowego
UMIEJĘTNOŚCI	
ZiP_U01	Absolwent potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać umiejętności profesjonalne związane z pracą w agencji reklamowej i działach PR różnych instytucji
ZiP_U02	Absolwent analizuje współczesne zjawiska w dziedzinie kultury medialnej i funkcjonowania przekazów marketingowych
ZiP_U03	Absolwent posiada pogłębioną umiejętność analizy, interpretacji i wartościowania przekazów oraz rozpoznawania i sfunkcjonalizowanej analizy zastosowanych kodów
ZiP_U04	Absolwent świadomie wykorzystuje wybrane techniki komputerowe, multimedialne w tworzeniu przekazów medialnych i reklamowych
ZiP_U05	Absolwent posługuje się specjalistyczną terminologią z zakresu marketingu, komunikowania marketingowego oraz PR, szczególnie w obszarze kreowania wizerunku i zarządzania wizerunkiem w mediach

ZiP_U06	Absolwent posiada umiejętność kreowania wizerunku osób i instytucji w mediach różnego typu
ZiP_U07	Absolwent potrafi samodzielnie rozwijać umiejętności profesjonalne, potrzebne w zawodzie copywritera, szeroko pojętej działalności reklamowej, marketingowej, promocyjnej oraz w działaniach PR
ZiP_U08	Absolwent potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę oraz formułować krytyczne sądy na temat instytucji związanych z działalnością edytorską i poligraficzną, na temat funkcjonowania rynku poligraficznego oraz e-edytorstwa
ZiP_U09	Absolwent planuje i realizuje projekty związane z działalnością edytorską i poligraficzną, z uwzględnieniem zasad komputerowej edycji tekstów oraz zasad typograficznych charakterystycznych dla druków tradycyjnych i publikacji cyfrowych
ZiP_U10	Absolwent potrafi ocenić zasadność rozwiązań edytorskich i typograficznych w publikacjach różnego typu (w tym w e-publikacjach), proponuje i uzasadnia rozwiązania alternatywne
ZiP_U11	Absolwent potrafi samodzielnie zaprojektować i wykonać skład publikacji w formie drukowanej (ulotki, wizytówki, czasopisma, książki itd.) i e-publikacji, uwzględniając różnice pomiędzy publikacjami tradycyjnymi i e-publikacjami
ZiP_U12	Absolwent potrafi ocenić przydatność procedur, norm i dobrych praktyk stosowanych w działalności edytorskiej i poligraficznej, a także potrafi wybrać właściwe normy i zastosować właściwe sposoby postępowania we własnych projektach
ZiP_U13	Absolwent opracowuje pod względem redakcyjnym i typograficznym teksty różnego typu, potrafi zarządzać treścią na stronach WWW
ZiP_U14	Absolwent wykorzystuje poznane zasady redakcyjnego opracowania tekstów w różnych sytuacjach profesjonalnych – prezentuje pomysły, wyjaśnia wątpliwości, wysuwa propozycje, stosując dojrzałą argumentację i wykorzystując różne źródła wiedzy
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
ZiP_K01	Absolwent rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie – pogłębiania swej wiedzy profesjonalnej, a także rozwijania umiejętności zawodowych; potrafi inspirować proces uczenia się innych osób
ZiP_K02	Absolwent potrafi pracować w zespole, przyjmując w nim różne role
ZiP_K03	Absolwent potrafi wyznaczyć cele i obrać właściwe strategie działań w obszarach funkcjonowania mediów, reklamy, szeroko pojętych działań marketingowych oraz działalności wydawniczej (tradycyjnej i w środowisku sieciowym)
ZiP_K04	Absolwent rozpoznaje i rozstrzyga problemy związane z własną aktywnością zawodową w sferze działalności medialnej, marketingowej, reklamowej i wydawniczej
ZiP_K05	Absolwent wykazuje się otwartością na współczesne zjawiska medialne, polityczne i społeczne
ZiP_K06	Absolwent ma świadomość odpowiedzialności za dziedzictwo kulturowe, uczestniczy w życiu kulturalnym
ZiP_K07	Absolwent zna i respektuje normy etyki zawodowej w działalności redaktorskiej, wydawniczej, specjalisty w zakresie PR, reklamy i marketingu

Formy sprawdzania efektów kształcenia

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne Wykonywanie zadań w
ZiP_W01					+	+		+	+	+			
ZiP_W02						+		+	+	+			+
ZiP_W03						+		+	+	+			
ZiP_W04					+	+		+	+	+			
ZiP_W05						+		+	+	+			
ZiP_W06					+	+		+	+	+			
ZiP_W07					+	+		+	+	+			+
ZiP_W08					+	+	+	+	+	+			+
ZiP_W09						+		+	+	+			+
ZiP_W10						+		+	+	+			+
ZiP_W11						+		+	+	+			
ZiP_W12						+		+	+	+			
ZiP_W13						+		+	+	+			
ZiP_W14						+		+	+	+			
ZiP_W15						+		+	+	+			+
ZiP_W16						+			+	+	+		
ZiP_W17						+		+	+	+	+	+	
ZiP_W18						+		+	+	+	+	+	
ZiP_U01						+	+	+	+	+			
ZiP_U02						+		+	+	+			
ZiP_U03						+		+	+	+			+
ZiP_U04						+		+	+	+			
ZiP_U05						+		+	+	+			+
ZiP_U06					+			+	+	+			
ZiP_U07					+	+	+	+	+	+			+
ZiP_U08					+	+	+	+	+	+			+
ZiP_U09								+	+	+			
ZiP_U10						+	+	+	+	+			+
ZiP_U11						+		+	+	+			+
ZiP_U12						+	+	+	+	+			
ZiP_U13						+		+	+	+			
ZiP_U14						+		+	+	+			
ZiP_K01						+	+	+	+	+			+
ZiP_K02					+	+	+	+					+
ZiP_K03						+		+	+	+			+
ZiP_K04						+		+	+	+			+
ZiP_K05						+		+	+	+			+
ZiP_K06					+	+		+	+	+			+
ZiP_K07						+		+	+				+

.....
pieczęć i podpis Dyrektora

MODUŁ SPECJALNOŚCI
Zarządzanie wizerunkiem i publikowanie cyfrowe
 Studia niestacjonarne 2024/2025

Semestr 1

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Retoryka i erystyka	6	6						12	ZAL	1
Public relations		14						14	OC	2
Autoprezentacja. Warsztaty		10						10	ZAL	1
Poprawność językowa w warsztacie redaktora				14				14	OC	2
Warsztaty typograficzne 1				14				14	OC	2
SUMA	6	30		28				64		8

Semestr 2

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Rzecznictwo prasowe	6	6						12	ZAL	1
Zarządzanie wizerunkiem w mediach		14						14	OC	2
Narratologia i storytelling	6	6						12	ZAL	1
Podstawy zarządzania i marketingu	6	6						12	ZAL	1
Redakcja i korekta tekstu 1				14				14	OC	1
Warsztaty typograficzne 2				14				14	OC	2
Wybrane zagadnienia e-edytorstwa		12						12	ZAL	1
SUMA	18	44		28				90		9

Semestr 3

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Content writing		12						12	ZAL	1
Savoir vivre. Warsztaty	6	6						12	ZAL	1
Wystąpienia publiczne		10						10	ZAL	1
Stylistyka tekstów użytkowych		10						10	ZAL	1
Redakcja i korekta tekstu 2				10				10	OC	1
Cyfrowe zarządzanie treściami internetowymi				14				14	OC	2
SUMA	6	38		24				68		7

Pozostałe zajęcia

kod zajęć	rodzaj zajęć	godz.	tyg.	punkty ECTS
	Praktyka nieciągła w wybranej firmie, agencji medialnej lub wydawnictwie	80	Realizacja w semestrze III	2

Semestr 4

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Komunikowanie w sytuacjach kryzysowych	6	8						14	ZAL	1
Content marketing		12						12	ZAL	1
Zachowania stylistyczno-językowe w biznesie	6	6						12	ZAL	1
Nowe trendy w edytorstwie		10						10	ZAL	1
Infobrokering w edytorstwie				10				10	ZAL	1
SUMA	12	36		10				58		5



Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

IFP.501.17.2024

Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 21 czerwca 2024 roku

w sprawie: przyjęcia planów i programów studiów na rok akademicki 2024/2025

kierunek: kulturoznawstwo i wiedza o mediach

poziom studiów: studia drugiego stopnia

forma studiów: niestacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym przyjęła plan i program studiów na rok akademicki 2024/2025 dla kierunku **kulturoznawstwo i wiedza o mediach – studia niestacjonarne drugiego stopnia.**

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Piotr Kotłodzię, prof. UKEN