

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH**  
**Media Content & Creative Writing**  
**ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM**  
**2024/2025**

*data przyjęcia przez Radę Instytutu Filologii Polskiej*

*pieczęć i podpis dyrektora*

.....

Studia wyższe na kierunku	<b>Media Content &amp; Creative Writing</b>
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	Stacjonarne
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 <sup>1</sup>	Symbol charakterystyk II stopnia <sup>2</sup>
<b>WIEDZA</b>			
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
<b>UMIĘTNOŚCI</b>			
Absolwent:			
K_U1	potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów badawczych, poprzez właściwy dobór źródeł i informacji, ich ocenę, krytyczną analizę, syntezę i twórczą	P7U_U	P7S_UW

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

<sup>2</sup> 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).

	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 minimum B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią	P7U_U	P7S_UK
K_U09	potrafi obsługiwać urządzenia multimedialne	P7U_U	P7S_UO
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
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	<p>Absolwent studiów magisterskich na kierunku <i>Media Content &amp; 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.</p> <p>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>
---------------------	---

	<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 &amp; Creative Writing</i> daje możliwość podnoszenia kwalifikacji na studiach podyplomowych i ubiegania się o przyjęcia do szkoły doktorskiej.</p>

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

# Media Content & Creative Writing

Plan studiów stacjonarnych II stopnia  
Rok akademicki 2024/2025

## Semestr I

### Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS
	W	zajęc w grupach				E-learning P	razem		
		A	K	L	S				
Gatunki i formaty medialne	10	10					20	OC	1
PR i zarządzanie wizerunkiem	10	10					20	OC	1
Prawo medialne i autorskie	16						16	ZAL	1
Narratologia i storytelling	6	20					26	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 w XX i XXI wieku	10	10					20	OC	2
Polski rynek wydawniczy	16						16	ZAL	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 1				20			20	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 1				16			16	OC	1
Kultura języka polskiego 1	10	10					20	OC	1
Podstawy przedsiębiorczości		15					15	ZAL	1
<b>SUMA</b>	<b>98</b>	<b>95</b>		<b>36</b>			<b>229</b>		<b>18</b>

### Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS
	W	zajęc w grupach				E-learning P	razem		
		A	K	L	S				
4 kursy do wyboru x 2 ECTS									
Kurs 1		16					16	ZAL	4x2= 8
Kurs 2		16					16	ZAL	
Kurs 3		16					16	ZAL	
Kurs 4		16					16	ZAL	
Moduł science	15						15	ZAL	1
Język obcy dla celów akademickich B2 +			15				15	OC	1
<b>SUMA</b>	<b>15</b>	<b>64</b>	<b>15</b>				<b>94</b>		<b>10</b>

### Pozostałe zajęcia

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

<sup>3</sup>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 obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Social Media & Content Marketing	10	10						20	OC	1
Psychologia mediów społecznościowych	20							20	OC	1
Etyka mediów	10	10						20	OC	1
Wybrane dzieła literatury powszechnej 2	10	16						26	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 2	10	16						26	OC	2
Proza gatunkowa	10	16						26	OC	2
Twórczość amatorska i kultura uczestnictwa		16						16	OC	1
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 1			16					16	ZAL	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 2				20				20	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 2				20				20	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 1			20					20	OC	2
Kultura języka polskiego 2	10	10						20	OC	2
Język w mediach	10	10						20	OC	2
<b>SUMA</b>	<b>90</b>	<b>104</b>	<b>36</b>	<b>40</b>				<b>270</b>		<b>20</b>

### Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Proseminarium magisterskie		16						16	ZAL	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 5		16						16	ZAL	5x2= 10
Kurs 6		16						16	ZAL	
Kurs 7		16						16	ZAL	
Kurs 8		16						16	ZAL	
Kurs 9		16						16	ZAL	
<b>SUMA</b>		<b>96</b>						<b>96</b>		<b>12</b>

## Semestr III

### Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
<i>Employer Branding</i>	10	10						20	OC	1
Technologia cyfrowa w warsztacie humanisty		16						16	ZAL	1
Projektowanie graficzne – wybrane zagadnienia		16						16	ZAL	1
Kultura niezależna	10	10						20	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 1	10	10						20	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 3	16	16						32	E	3

Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 2			16					16	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 3				20				20	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 3				20				20	OC	1
Językowe środki perswazji	6	10						16	ZAL	1
Polszczyzna XXI wieku	10	10						20	OC	2
<b>SUMA</b>	<b>62</b>	<b>98</b>	<b>16</b>	<b>40</b>				<b>216</b>	<b>1</b>	<b>16</b>

## Praktyka zawodowa

rodzaj zajęć	godz.	tyg.	punkty ECTS
Praktyka ciągła w agencji reklamowej, wydawnictwie lub instytucji kultury	80	Trzy pierwsze tygodnie października	2
<b>Suma:</b>	<b>80</b>		<b>2</b>

## 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					20			20	ZAL	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 10		16						16	ZAL	5x2=10
Kurs 11		16						16	ZAL	
Kurs 12		16						16	ZAL	
Kurs 13		16						16	ZAL	
Kurs 14		16						16	ZAL	
<b>SUMA</b>		<b>80</b>			<b>20</b>			<b>100</b>		<b>12</b>

## Semestr IV

### Zajęcia dydaktyczne obowiązkowe

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Współczesna kultura audiowizualna	10	10						20	OC	1
Warsztat rzecznika prasowego	4		16					20	OC	1
Różnice kulturowe w przekazach medialnych	10	10						20	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 2	16	16						32	E	3
Literatura <i>non-fiction</i>	10	10						20	OC	2
Dramat i teatr współczesny	10	10						20	OC	2
Pogranicza i korespondencje sztuk	6	10						16	ZAL	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 4				20				20	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 4				16				16	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 2			20					20	OC	2
Retoryka stosowana	10	10						20	OC	1
Krytyczna analiza dyskursów medialnych	6	10						16	ZAL	1
<b>SUMA</b>	<b>82</b>	<b>86</b>	<b>36</b>	<b>36</b>				<b>240</b>	<b>1</b>	<b>18</b>

## kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe						E/-	punkt y ECTS		
	W	zajęć w grupach							E-learning	razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 2					20		20	ZAL	2	
3 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 15		16					16	ZAL	3x2=6	
Kurs 16		16					16	ZAL		
Kurs 17		16					16	ZAL		
<b>SUMA</b>		<b>48</b>			<b>20</b>		<b>68</b>		<b>8</b>	

	Punkty ECTS
Egzamin dyplomowy w oparciu o pracę dyplomową 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 &amp; 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



Uniwersytet Komisji  
Edukacji Narodowej  
w Krakowie

IFP.501.18.2024

### Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 21 czerwca 2024 roku

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

kierunek: media content & creative writing

poziom studiów: studia drugiego stopnia

forma studiów: stacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym przyjęła plan i program studiów na rok akademicki 2024/2025 dla kierunku media content & creative writing – **studia stacjonarne drugiego stopnia.**

DYREKTOR  
Instytutu Filologii Polskiej

  
dr hab. Piotr Kołodziej, prof. UKEN