

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

.....

data zatwierdzenia przez Radę Instytutu

pieczęć i podpis dyrektora

Studia wyższe na kierunku	ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I PUBLIKOWANIE CYFROWE
Dziedzina/y	dziedzina nauk społecznych, dziedzina sztuki
Dyscyplina wiodąca (% udział)	nauki o komunikacji społecznej i mediach – 60 %
Pozostałe dyscypliny (% udział)	sztuki plastyczne i konserwacja dzieł sztuki – 40%
Poziom	studia II stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	stacjonarne
Specjalności	–
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	4 semestry
Uzyskiwany tytuł zawodowy	magister
Warunki przyjęcia na studia	Konkurs dyplomów. Przy jednakowych ocenach na dyplomie decyduje średnia ocen ze studiów I stopnia. Studia przewidziane dla osób posiadających dyplom licencjata dowolnego kierunku.

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			
K2_W01	Ma zaawansowaną wiedzę z obszaru nauk o komunikacji społecznej i mediach, głównie w zakresie zarządzania informacją, jej architektury, aspektów komunikowania społecznego oraz działalności medialnej, także w ujęciu cyfrowym. Dysponuje wiedzą na temat diagnostyki potrzeb informacyjnych różnych środowisk, sposobów ich zaspakajania oraz wykorzystania w działalności kulturalnej, naukowej i komercyjnej. W stopniu pogłębionym zna terminologię z zakresu nauk społecznych i nauk o sztuce.	P7U_W	P7S_WG
K2_W02	Zna metody tworzenia, analizy oraz interpretacji przestrzeni informacyjnej, wizualizacji danych, cyfrowej prezentacji informacji niezbędnych w profesjonalnej działalności informacyjnej i wydawniczej. W stopniu pogłębionym umie wykorzystywać podstawy teoretyczne oraz praktyczne narzędzia tworzenia, analizy oraz interpretacji przekazów medialnych w profesjonalnej działalności kulturalnej, naukowej i komercyjnej.	P7U_W	P7S_WG
K2_W03	Wykazuje wszechstronną znajomość metod zarządzania informacją oraz technik publikowania cyfrowego. Ma usystematyzowaną wiedzę z zakresu zasad tworzenia komunikatu medialnego.	P7U_W	P7S_WG
K2_W04	Ma pogłębioną wiedzę o organizowaniu i funkcjonowaniu systemów informacyjnych, systemów medialnych oraz współczesnego rynku wydawniczego. Zna uwarunkowania percepcji i recepcji przekazów informacyjnych w środowisku cyfrowym.	P7U_W	P7S_WK
K2_W05	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu ochrony własności intelektualnej. Zna standardy dostępności i użyteczności systemów informacyjnych. Rozumie prawne, ekonomiczne i marketingowe uwarunkowania działalności wydawniczej, informacyjnej i artystycznej. Dysponuje wiedzą z zakresu prawa mediów oraz kodeksów etyki dziennikarskiej. Posiada wiedzę z zakresu zarządzania instytucjami z sektora informacji i mediów.	P7U_W	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
K1_U01	Posiada wysokie kompetencje profesjonalnego wyszukiwania, oceny i selekcji informacji w zweryfikowanych źródłach. W sposób zaawansowany	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).

	potrafi tworzyć i redagować przekazy informacyjne, zarówno w postaci tekstowej, jak i graficznej.		
K2_U02	Efektywnie wykorzystuje narzędzia do publikowania cyfrowego i potrafi profesjonalnie przygotować publikację do druku. Zna język komunikacji wizualnej i w stopniu zaawansowanym wykorzystuje go w zarządzaniu informacją. Posiada umiejętność projektowania oraz tworzenia interaktywnych produktów cyfrowych, odpowiadających potrzebom użytkowników. Jest ekspertem od wizualizacji danych, informacji i wiedzy.	P7U_U	P7S_UW
K2_U03	Posiada kompetencje badawcze i analityczne w zakresie zarządzania informacją i publikowania cyfrowego oraz badań medioznawczych. Potrafi przeprowadzić kompleksowe badania użytkowników, analizować i modelować wyniki badań oraz skutecznie wykorzystać je w projektowaniu produktów i przekazów cyfrowych.	P7U_U	P7S_UW
K2_U04	Umie formułować i prezentować własne poglądy oraz argumentować opinie, posługując się poprawnym językiem polskim i obcym. Posługuje się językiem obcym nowożytnym w studiowanej dziedzinie zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P7U_U	P7S_UK
K2_U05	Samodzielnie zdobywa nową wiedzę i rozwija umiejętności informacyjne, medialne, edytorskie, graficzne i projektowe, mając na uwadze profesjonalną karierę zawodową.	P7U_U	P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K2_K01	Potrafi pracować w sposób innowacyjny i kreatywny oraz elastycznie dopasowuje się do panujących warunków. Umie pracować w zespole projektowym oraz organizować jego działalność; jest skutecznym liderem.	P7U_K	P7S_KK
K1_K02	Rozumie potrzebę zarządzania informacją w wymiarze indywidualnym i organizacyjnym oraz aktywnie działa na rzecz rozwijania rynku publikacji cyfrowych. Uczestniczy w rozwoju dyscypliny i profesji poprzez udział w różnych inicjatywach związanych z aktywnością kulturalną, naukową i komercyjną.	P7U_K	P7S_KO
K1_K03	Ma świadomość znaczenia procesów zarządzania informacją oraz jej wizualizacji w rozwoju komunikacji społecznej i medialnej. Rozumie rolę mediów oraz ma świadomość znaczenia szeroko rozumianego zarządzania informacją w życiu społecznym.	P7U_K	P7S_KR

Sylwetka absolwenta	<p>Absolwent studiów II stopnia zdobył rozszerzoną wiedzę z zakresu zarządzania informacją i publikowania cyfrowego, zasad organizacji i funkcjonowania działalności medialnej i systemów komunikowania społecznego. Zna teoretyczne i praktyczne zagadnienia dotyczące organizacji, przepływu i projektowania informacji cyfrowej w komunikacji profesjonalnej: kulturalnej, naukowej, artystycznej i biznesowej.</p> <p>Jest ekspertem w doborze i właściwym posługiwaniu się metodami, technikami i narzędziami wykorzystywanymi w komunikacji cyfrowej. W stopniu zaawansowanym przygotowuje publikacje do druku, tworzy przekazy informacyjne w warstwie tekstowej, graficznej i multimedialnej, zna sposoby ich analizowania oraz promowania w społeczeństwie informacyjnym. Absolwent biegle posługuje się językiem komunikacji wizualnej oraz dobiera adekwatne strategie projektowania, badania i wizualizowania przestrzeni informacyjnych. Zna uwarunkowania prawne, marketingowe i ekonomiczne działalności informacyjnej, wydawniczej, medialnej i artystycznej oraz jest świadomy</p>
----------------------------	---

	<p>konieczności pogłębiania wiedzy oraz elastycznego funkcjonowania w środowisku zawodowym. Absolwent posługuje się językiem obcym na poziomie minimum B2+.</p> <p>Zdobywa profesjonalne przygotowanie do pracy w organizacjach zajmujących się zarządzaniem informacją i publikowaniem cyfrowym, a także projektowaniem ekosystemów informacyjnych. Jest przygotowany do współpracy z przedstawicielami nauki, kultury, mediów, biznesu i edukacji. Posiada przygotowanie do prowadzenia i koordynowania działalności marketingowej i promocyjnej.</p>
<p>Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe</p>	<p>Kierunek przygotowuje do podjęcia pracy w charakterze specjalisty zarządzania informacją i publikowania cyfrowego, researchera, menedżera informacji, pracownika wydawnictwa oraz w sektorze związanym z mediami i szeroko rozumianą komunikacją społeczną. Zdobyte kwalifikacje uprawniają do pracy w sektorach administracji publicznej i państwowej, biznesie, mediach, instytucjach kultury, placówkach naukowych i edukacyjnych, organizacjach społecznych oraz innych zajmujących się zarządzaniem informacją i publikowaniem cyfrowym.</p>
<p>Dostęp do dalszych studiów</p>	<p>Absolwent studiów II stopnia uzyskuje prawo do podjęcia nauki na studiach doktoranckich (w szkole doktorskiej) oraz studiach podyplomowych.</p>

<p>Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów</p>	<p>Instytut Nauk o Informacji</p>
---	-----------------------------------

ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I PUBLIKOWANIE CYFROWE

PLAN STUDIÓW W UKŁADZIE SEMESTRALNYM Studia II stopnia stacjonarne

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Teoria mediów i komunikowania	10	20						30	E	5
System medialny w Polsce	10							10	Z	1
Projektowanie typograficzne				15				15	Z	1
Własność intelektualna w komunikacji cyfrowej	10	15						25	E	5
Merytoryczna redakcja tekstu		20						20	ZO	3
Kultura języka – warsztaty		10						10	Z	1
Grafika użytkowa				20				20	ZO	3
DTP – teksty użytkowe				20				20	ZO	3
DTP – książki 1				20				20	ZO	3
Teorie marketingu	10							10	Z	1
Bezpieczeństwo informacji	10	15						25	Z	3
	50	80		75				205	2	29

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Język obcy dla celów akademickich (poziom B2+)			15					15	ZO	1
			15					15	1	1

Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz.	punkty ECTS
Szkolenie BHK	4	0
Szkolenie biblioteczne	2	0
		0

Semestr II

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Problemy kultury współczesnej	10							10	Z	1
Współczesny język mediów		15						15	Z	1
Gatunki dziennikarskie		15						15	Z	1
DTP – książki 2				30				30	ZO	3
Grafika wydawnicza				20				20	ZO	3
DTP – czasopisma				15				15	Z	1
Ekonomika informacji	10			20				30	E	3
Metody badań medioznawczych	15							15	Z	2
Web design				20				20	ZO	2
Przekaz multimedialny				20				20	ZO	2
Psychologia projektowania	10							10	Z	1
	45	30		125				200	1	20

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					30			30	Z	8
					30			30		8

Oferta INoI – student wybiera kursy za 2 pkt. ECTS										
Wybrane narzędzia e-commerce		15						15	Z	1
Teoria symbolu i koloru	15							15	Z	1
Nowy marketing		15						15	Z	1
Copywriting & branding		15						15	Z	1
	15 lub 30	15 lub 30						30		2

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkt y ECT S	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie i marketing w wydawnictwie	10	20						30	E	4
Projekt wydawniczy		10						10	Z	1
Współczesna poligrafia	10							10	Z	1
Współczesny rynek książki	10	20						30	ZO	2
Wtórny rynek książki	10	10						20	Z	1
Infobrokering w biznesie				15				15	Z	1
Poster design				15				15	Z	1
Identyfikacja wizualna	10			20				30	ZO	3
Projekty grantowe		15						15	ZO	2
Twórcze pisanie		20						20	ZO	1
Social media marketing				15				15	Z	1
	50	95		65				210	1	18

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E /-	punkty ECTS	
	W	zajęc w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 2					15			15	Z	8
					15			15		8

Oferta INoI – student wybiera kursy za 4 pkt. ECTS

Public relations		15						15	Z	2
Architektura nowych mediów		15						15	Z	2
Współczesny rynek mediów		15						15	Z	2
Zarządzanie bibliografią				15				15	Z	2
		15 lub 30		0 lub 15				30		4

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Rynek e-publikacji	10							10	Z	1
Formaty publikacji cyfrowych				15				15	ZO	2
Cyfrowe zasoby kultury				20				20	Z	1
Sztuka występów publicznych		15						15	Z	1
Projektowanie produktu				20				20	ZO	1
Portfolio				10				10	ZO	1
User experience design				20				20	E	3
Cyberbezpieczeństwo	10							10	Z	1
Motion design				20				20	Z	1
	20	15		105				140	1	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 3					15			15	Z	8
					15			15		8

Oferta INoI – student wybiera kursy za 3 pkt ECTS

Repozytoria cyfrowe				15				15	ZO	3
Sztuka cyfrowa				15				15	ZO	3
Grywalizacja		15						15	ZO	3
		0 lub 15		0 lub 15				15		3

Egzamin dyplomowy

Tematyka	punkty ECTS
Egzamin magisterski obejmuje treści kształcenia z całego okresu studiów oraz problematykę związaną z tematem pracy magisterskiej.	7

Legenda:

* Język obcy dla celów akademickich kończy zaliczenie z oceną. Studenci wybierają język będący kontynuacją języka obcego z I stopnia studiów lub inny język, który znają na poziomie co najmniej B2.

* Od semestru I student dokonuje wyboru kursów z oferty oferty INoI

* E – egzamin, ZO – zaliczenie z oceną, Z - zaliczenie.

Kraków, 19 czerwca 2024 r.

**Uchwała Rady Instytutu Nauki o Informacji z dnia 19 czerwca 2024 roku,
w sprawie zatwierdzenia studiów stacjonarnych na rok akademicki 2024/2025**

Rada Instytutu Nauk o Informacji zatwierdziła plany studiów stacjonarnych z zarządzania informacją i publikowani cyfrowego II stopnia w Instytucie Nauk o Informacji na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie na rok akademicki 2024/2025.

Dyrektor
Instytutu Nauk o Informacji

dr hab. Iwona Pietrkiewicz, prof UKEN

