

PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2025/2026
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 – 51%												
Pozostałe dyscypliny (% udziału)	nauki o komunikacji społecznej i mediach – 24% nauki o kulturze i religii – 15% nauki o sztuce – 10%												
Poziom	drugi												
Profil	ogólnoakademicki												
Forma prowadzenia	studia niestacjonarne												
Specjalności	menedżer i animator kultury coach medialny												
Punkty ECTS	120												
Czas realizacji (liczba semestrów)	IV												
Uzyskany tytuł zawodowy	Magister												
Warunki przyjęcia na studia	Konkurs dyplomów – oceny z dyplomu będą przeliczane na punkty według skali: <table border="1"> <thead> <tr> <th>ocena</th><th>punkty</th></tr> </thead> <tbody> <tr> <td>3,0</td><td>10</td></tr> <tr> <td>3,5</td><td>20</td></tr> <tr> <td>4,0</td><td>30</td></tr> <tr> <td>4,5</td><td>40</td></tr> <tr> <td>5,0</td><td>50</td></tr> </tbody> </table>	ocena	punkty	3,0	10	3,5	20	4,0	30	4,5	40	5,0	50
ocena	punkty												
3,0	10												
3,5	20												
4,0	30												
4,5	40												
5,0	50												

	W przypadku większej liczby kandydatów z takim samym wynikiem o przyjęciu zdecyduje średnia ocen ze studiów pierwszego stopnia 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.
--	--

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	Analizuje złożone zjawiska literackie, kulturowe i medialne w świetle zaawansowanych teorii właściwych dla literaturoznawstwa, kulturoznawstwa i medioznawstwa.	P7U_W	P6S_WG
K_W02	Analizuje metodologiczne i przedmiotowe powiązania literaturoznawstwa, nauk o kulturze i religii, komunikacji społecznej i mediów z psychologią, naukami o sztuce, zarządzaniem, prawem, ekonomią i socjologią.	P7U_W	P6S_WG
K_W03	Dokonyuje przeglądu aktualnych badań w dziedzinie literaturoznawstwa, kulturoznawstwa i medioznawstwa oraz identyfikuje nowe obszary badawcze.	P7U_W	P6S_WG
K_W04	Rozpoznaje i interpretuje główne kierunki rozwoju literatury, kultury i mediów oraz historyczne przemiany stylów, nurtów i konwencji w zjawiskach kultury.	P7U_W	P6S_WG
K_W05	Ocenia znaczenie kanonicznych dzieł oraz twórczości wybitnych autorów/ek i artystów/ek dla dziedzictwa kulturowego i tożsamości społecznej.	P7U_W	P6S_WK
K_W06	Wyjaśnia rolę odbiorcy i użytkownika kultury w systemie komunikacyjnym oraz ich funkcje społeczne i aksjologiczne.	P7U_W	P6S_WK
K_W07	Porównuje instytucje medialne i kulturalne w kontekście ich funkcjonowania, celów i form	P7U_W	P6S_WG

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

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).

	organizacyjnych.		
K_W8	Stosuje wiedzę o strukturze i funkcjach systemów medialnych oraz ocenia znaczenie nowych mediów w społeczeństwie informacyjnym.	P7U_W	P6S_WK
K_W09	Identyfikuje uwarunkowania prawne, ekonomiczne i etyczne działalności w sektorze kultury i mediów, w tym zasady ochrony własności intelektualnej.	P7U_W	P6S_WK
K_W010	Zna i rozumie podstawowe zasady przedsiębiorczości w kontekście działań twórczych, medialnych i kulturalnych.	P7U_W	P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U01	Formułuje i testuje hipotezy badawcze dotyczące współczesnych zjawisk kulturowych, medialnych i literackich, wykorzystując odpowiednie metody analizy i interpretacji.	P7U_U	P6S_UW
K_U02	Dobiera i stosuje zaawansowane narzędzia metodologiczne oraz techniki informacyjno-komunikacyjne do analizy i rozwiązywania złożonych problemów badawczych.	P7U_U	P6S_UW
K_U03	Analizuje, ocenia i interpretuje informacje z różnych źródeł, syntetyzuje je i tworzy spójne i oryginalne wypowiedzi pisemne i ustne (akademickie, krytyczne, popularyzatorskie).	P7U_U	P6S_UW
K_U04	Prezentuje i uzasadnia własne stanowiska, opinie i interpretacje z wykorzystaniem precyzyjnej terminologii naukowej oraz interdyscyplinarnej wiedzy.	P7U_U	P6S_UK
K_U05	Prowadzi debatę na tematy specjalistyczne z zakresu kultury i mediów, dostosowując język i argumentację do różnych grup odbiorców.	P7U_U	P6S_UK
K_U06	Komunikuje się skutecznie w języku polskim i obcym (poziom B2+) na tematy specjalistyczne z wykorzystaniem nowoczesnych narzędzi medialnych i retorycznych.	P7U_U	P6S_UK
K_U07	Działa twórczo i samodzielnie - organizuje, planuje i kieruje pracą zespołu w projektach edukacyjnych, kulturalnych i promocyjnych, podejmując wiodącą rolę.	P7U_U	P6S_UO
K_U08	Projektuje i wdraża działania kulturalne i edukacyjne w środowiskach lokalnych i medialnych – z uwzględnieniem celów społecznych i kulturotwórczych.	P7U_U	P6S_UO
K_U09	Planowo i świadomie rozwija własne kompetencje zawodowe i naukowe, korzystając z różnorodnych form kształcenia ustawicznego.	P7U_U	P6S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K01	Weryfikuje i aktualizuje swoją wiedzę i umiejętności w odpowiedzi na zmieniające się potrzeby kultury, nauki i mediów.	P7U_K	P6S_KK
K_K02	Inicjuje i organizuje działania społeczne i edukacyjne służące promocji wartości humanistycznych, dialogu międzykulturowego i aktywności obywatelskiej.	P7U_K	P6S_KO
K_K03	Rozpoznaje i rozstrzyga dylematy etyczne związane z krytyką, tworzeniem i odbiorem tekstów kultury oraz praktyką medialną.	P7U_K	P6S_KR

K_K04	Przestrzega i promuje zasady etyki zawodowej, dba o jakość komunikacji i przekazu kulturowego oraz o poszanowanie dziedzictwa kulturowego.	P7U_K	P6S_KO
K_K05	Działa przedsiębiorczo i odpowiedzialnie w różnych rolach zawodowych w sektorze kultury, edukacji i mediów – z uwzględnieniem potrzeb społecznych i cywilizacyjnych.	P7U_K	P6S_KO
K_K06	Inspiruje i wspiera rozwój innych, organizując procesy edukacyjne, warsztaty, projekty oraz inicjatywy kulturalne o charakterze wspólnotowym	P7U_K	P6S_KO

Sylwetka absolwenta	Absolwent/ka studiów drugiego stopnia kierunku <i>Kulturoznawstwo i wiedza o mediach</i> to specjalista/ka o zaawansowanym, interdyscyplinarnym wykształceniu humanistycznym, łączącym pogłębioną wiedzę z zakresu literaturoznawstwa z uporządkowaną znajomością nauk o sztuce, nauk o kulturze i religii, komunikacji społecznej i mediów, a także elementów psychologii, socjologii, prawa, ekonomii, finansów oraz zarządzania i jakości. Absolwent/ka zna i rozumie specjalistyczną terminologię oraz zaawansowane metody badawcze wykorzystywane do analizy tekstów kultury, procesów komunikacyjnych i praktyk medialnych. Potrafi identyfikować, rozumieć i interpretować zjawiska oraz procesy kulturowe i medialne, z wykorzystaniem metod charakterystycznych dla kluczowych dyscyplin kierunku. Integruje różne perspektywy badawcze i stosuje je w analizach porównawczych i interpretacjach tekstów literackich, audiowizualnych, performatywnych i medialnych. Potrafi przygotowywać zróżnicowane wypowiedzi pisemne, ustne i multimedialne – zarówno akademickie, jak i krytyczne, popularyzatorskie czy projektowe – wykorzystując przy tym specjalistyczne ujęcia teoretyczne oraz różnorodne źródła wiedzy. Postępuje się językiem specjalistycznym, a także językiem obcym na poziomie B2+ ESOKJ, także w kontekście naukowym i zawodowym. Absolwent/ka samodzielnie gromadzi, selekcjonuje i przetwarza informacje, przygotowuje bibliografię, planuje badania i projekty oraz rozwiązuje złożone problemy merytoryczne i praktyczne, wykorzystując zaawansowane narzędzia metodologiczne oraz techniki informacyjno-komunikacyjne. Formułuje i testuje hipotezy, prowadzi debatę, kieruje pracą zespołu, inicjuje działania kulturowe i edukacyjne w środowisku lokalnym i medialnym. Cechuje się odpowiedzialnością społeczną i zawodową, rozumie znaczenie zasad etycznych i ochrony własności intelektualnej, orientuje się w prawnych, ekonomicznych i organizacyjnych uwarunkowaniach działalności kulturalnej i medialnej. Potrafi działać przedsiębiorczo i twórczo, projektując i wdrażając działania zgodne z celami społecznymi, obywatelskimi i kulturotwórczymi. Absolwent/ka rozumie rolę literatury, kultury i mediów w kształtowaniu tożsamości narodowej i lokalnej, aktywnie uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, zarówno jako twórca/ka, organizator/ka, jak i refleksyjny/a uczestnik/czka. Wspiera rozwój kultury humanistycznej, dialog międzykulturowy oraz wspólnotowe formy komunikacji i edukacji. Jest przygotowany/a do pracy m.in. w instytucjach kultury, mediach, organizacjach społecznych i sektorze kreatywnym, a także do samodzielnej działalności badawczej, doradczej lub projektowej. Może kontynuować edukację na studiach trzeciego stopnia lub studiach podyplomowych, rozwijając zarówno ścieżkę naukową, jak i zawodową.
---------------------	--

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	Absolwent/ka 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 do podejmowania działań związanych z obsługą mediów społecznościowych, analizą raportów medialnych i trendów rynkowych w obszarze kultury. W zależności od wybranej specjalności absolwent posiada kompetencje niezbędne do wykonywania profesji i / lub obejmowania stanowisk: - animatora/ki 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.) lub menedżera/ki 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.
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

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne	Zajęcia terenowe wizyty	Projekt ind. studium	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna	Egzamin ustny	Egzamin pisemny
K_W01				x				x		x
K_W02						x	x	x		
K_W03				x				x		
K_W04							x	x		x
K_W05					x		x	x		
K_W06						x		x		
K_W07					x			x		x
K_W08				x				x		
K_W09							x			x
K_W10				x						x
K_U01				X				x		
K_U02							x	x		
K_U03							x	x		
K_U04					x	x	x			
K_U05		x				x				
K_U06						x		x		x
K_U07				X	x					
K_U08			x	X	x					
K_U09			x	X						
K_K01				X		x				
K_K02			x		x					
K_K03						x	x			
K_K04			x	X	x					
K_K05				x	x					
K_K06					x					

Kulturoznawstwo i wiedza o mediach
Plan studiów niestacjonarnych II stopnia
Rok akademicki 2025/2026

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		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	OC	1
Teoria mediów i komunikowania	10							10	OC	1
Ochrona własności intelektualnej							15	15	OC	1
suma	62	44					15	121	1	17

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-			razem
		A	K	L	S	P				
2 kursy do wyboru x 2 ECTS ³										
Kurs 1		10						10	OC	4
Kurs 2		10						10	OC	
Kurs 3		10						10	OC	
Kurs 4		10						10	OC	
Język obcy dla celów akademickich B2+			15					15	OC	1
Suma		20	15					35	-	5

³ Dwa kursy z puli przedmiotów do wyboru.

Pozostałe zajęcia

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

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	Punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	8
Coach medialny	8

⁴ 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	OC	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	OC	1
Kierunki sztuki współczesnej	6	6						12	OC	2
Współczesne media w Polsce	10							10	OC	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	OC	2
Konwersatorium literaturoznawcze ⁵			10					10	OC	1
2 kurs do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 5		10						10	OC	4
Kurs 6		10						10	OC	
Kurs 7		10						10	OC	
Kurs 8		10						10	OC	
Suma		20	10		14			44		7

⁵ Wybór jednego z proponowanych konwersatoriów w danym semestrze.

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	9
Coach medialny	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	OC	2
Konwersatorium kulturoznawcze ⁶			10					10	OC	1
Dwa kursy do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 9		10						10	OC	4
Kurs 10		10						10	OC	
Kurs 11		10						10	OC	
Suma		20	10		14			44	-	7

⁶ Wybór jednego z proponowanych konwersatoriów w danym semestrze.

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	9
Coach medialny	9

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

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	OC	1
<i>Social media marketing</i>	6	8						14	OC	1
Komunikacja międzykulturowa	6	6						12	OC	1
suma	42	44						86		12

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					14			14	OC	2
Konwersatorium językoznawcze ⁷			10					10	OC	1
Jeden kurs do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 12		10						10	OC	2
Kurs 13		10						10	OC	
Kurs 14		10						10	OC	
Suma		10	10		14			34	-	5

⁷ Wybór jednego z proponowanych konwersatoriów w danym semestrze.

Moduł specjalności do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Menedżer i animator kultury	5
Coach medialny	5

Egzamin dyplomowy

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

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Menedżer i animator kultury
 Studia niestacjonarne 2025/2026

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 profesji 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	Analizuje modele zarządzania instytucjami kultury w kontekście ich funkcjonowania prawnego, organizacyjnego i finansowego
MW02	Wyjaśnia podstawowe zasady prawa autorskiego, cywilnego i administracyjnego, istotne dla działalności kulturalnej, promocyjnej i biznesowej

MW03	Charakteryzuje funkcjonowanie przemysłów kreatywnych oraz cykl powstawania i wdrażania produktu kulturalnego
MW04	Rozróżnia strategie marketingowe i narzędzia PR w kontekście promocji kultury, budowania wizerunku instytucji i komunikacji z odbiorcą
MW05	Opisuje mechanizmy funkcjonowania społeczeństwa obywatelskiego i jego związek z animacją kultury oraz projektami społecznymi
MW06	Analizuje metody edukacji kulturalnej, animacji i integracji społecznej poprzez kulturę
MW07	Wyjaśnia znaczenie dziedzictwa kulturowego i jego ochrony w kontekście polityki lokalnej, narodowej i międzynarodowej
UMIEJĘTNOŚCI	
MU01	Tworzy ofertę kulturalną dostosowaną do potrzeb różnych grup odbiorców, uwzględniając aspekty estetyczne, edukacyjne i społeczne
MU02	Planuje i realizuje wydarzenia kulturalne – od koncepcji po promocję i ewaluację – zgodnie z zasadami zarządzania projektami
MU03	Pozyskuje środki finansowe na działania kulturalne, w tym pisze wnioski grantowe i rozlicza projekty z dofinansowaniem publicznym
MU04	Zarządza zespołem w instytucji kultury lub w projekcie twórczym – organizuje pracę, rozwiązuje konflikty i deleguje zadania
MU05	Komunikuje się z partnerami społecznymi, instytucjami, mediami i społecznością lokalną w celu realizacji wspólnych celów kulturalnych
MU06	Diagnostuje potrzeby społeczności lokalnej i projektuje działania animacyjne w obszarze kultury czasu wolnego i wspólnotowej aktywności.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE – absolwent/ka jest gotów/a do:	
MK01	Inicjowania i wspierania działań kulturalnych i edukacyjnych służących integracji społecznej oraz rozwojowi lokalnych społeczności
MK02	Działania w sposób odpowiedzialny i etyczny, z uwzględnieniem roli kultury we wspieraniu demokracji, dialogu społecznego i wartości humanistycznych.
MK03	Współpracy międzysektorowej – z przedstawicielami administracji, NGO, biznesu i mediów – w celu realizacji wspólnych przedsięwzięć kulturowych
MK04	Podjęmowania roli lidera, koordynatora i rzecznika działań animacyjnych w przestrzeni publicznej, także w kontekście zagrożeń dla uczestnictwa w kulturze.
MK05	Refleksyjnego podejścia do roli instytucji kultury i animatora w społeczeństwie – aktualizowania swojej wiedzy, kompetencji i sposobów działania zgodnie z potrzebami otoczenia.

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne	Zajęcia terenowe wizyty studyjne	Projekt ind.	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna	Egzamin ustny	Egzamin pisemny
MW01				X				X		X
MW02							X			X
MW03				X				X		
MW04					X			X		
MW05						X	X	X		
MW06		X		X						
MW07							X	X		
MU01		X		X						
MU02			X		X					
MU03		X		X				X		
MU04			X		X	X				
MU05					X	X				
MU06			X	X						
MK01					X					
MK02							X			
MK03		X			X		X			
MK04			X		X					
MK05						X				

.....
podpis i pieczęć dyrektora

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Menedżer i animator kultury
 Studia stacjonarne II stopnia 2025/2026

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
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 – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć 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
Animacja kultury – metody i strategie	10							10	OC	2
Ochrona dziedzictwa narodowego	8							8	OC	1
Kultura czasu wolnego	12							12	OC	1
Projekty społeczne i kultura obywatelska	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	OC	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 2025/2026

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

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

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

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

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. 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).
--

Efekty kształcenia dla modułu specjalności

WIEDZA	
CW01	Analizuje złożone zjawiska medialne i komunikacyjne z perspektywy psychologii, medioznawstwa i coachingu, identyfikując ich znaczenie społeczne i kulturowe.
CW02	Wyjaśnia mechanizmy wpływu społecznego, motywacji i emocji, istotne dla skutecznej komunikacji w procesach coachingowych i medialnych.
CW03	Charakteryzuje formy komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz ich znaczenie dla budowania relacji z klientem i wizerunku publicznego.
CW04	Rozpoznaje uwarunkowania prawne, etyczne i ekonomiczne działalności medialnej i coachingowej, w tym podstawy prawa autorskiego i finansowania projektów.

UMIEJĘTNOŚCI	
CU01	Projektuje działania coachingowe i szkoleniowe z wykorzystaniem narzędzi z zakresu psychologii, komunikacji i zarządzania.
CU02	Tworzy strategie komunikacji i zarządzania wizerunkiem dopasowane do specyfiki odbiorcy oraz kontekstu medialnego.
CU03	Prowadzi wystąpienia publiczne i mediacyjne, stosując zaawansowane techniki retoryczne i komunikacyjne, także w sytuacjach kryzysowych.
CU04	Analizuje trendy medialne i rynkowe, formułując trafne rekomendacje dla działań coachingowych i komunikacyjnych.
CU05	Planowo rozwija swoje kompetencje zawodowe i społeczne, korzystając z technik coachingu oraz narzędzi samokształcenia.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
CK01	Inicjuje i wspiera procesy rozwojowe oraz edukacyjne, inspirowane wartościami kultury i komunikacji.
CK02	Kształtuje odpowiedzialne postawy zawodowe, respektując zasady etyki oraz dążąc do wysokiej jakości komunikacji.
CK03	Organizuje i zarządza zespołami oraz relacjami interpersonalnymi, skutecznie rozwiązując konflikty i reagując na stresujące sytuacje zawodowe.

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne,	Zajęcia terenowe wizyty studyjne	Projekt ind.	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna	Egzamin ustny	Egzamin pisemny
CW01				X						X
CW02				X			X			X
CW03				X						
CW04								X		
CU01		X		x						
CU02					x			x		
CU03							x		x	
CU04				x			x	x		
CU05				x						
CK01						x	x			
CK02							x			
CK03		x				x				

.....
podpis i pieczęć dyrektora

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Coach medialny
Studia niestacjonarne II stopnia 2025/2026

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	OC	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
Komunikacja w sytuacjach kryzysowych		8						8	OC	1
Analiza trendów rynkowych		8						8	OC	1
SUMA	20	28						48		5

PLAN FAKULTETÓW
 przewidzianych do realizacji na kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach studia
 niestacjonarne drugiego stopnia.
 Obowiązuje dla studiów rozpoczynających się w roku akademickim 2025/2026.

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ zał. z oc.	ECTS
	W	zajęć w grupach					φ	razem		
		A	K	L	S	P				
Gotycyzm i groza w literaturze		10						10	OC	2
Recepcja literatury w grupach czytelniczych		10						10	OC	2
Warsztat kreatywnego pisania		10						10	OC	2
Cyfrowe narzędzia badań literackich		10						10	OC	2
Narratologia transmedialna		10						10	OC	2
Dynamika procesu twórczego		10						10	OC	2
Komizm w literaturze		10						10	OC	2
Humanistyka środowiskowa		10						10	OC	2
Song studies		10						10	OC	2
Hiperteksty: formy i praktyki		10						10	OC	2
Podróżopisarstwo XIX i XX wieku		10						10	OC	2
Mikrologia literacka		10						10	OC	2
Literackie gry z tradycją		10						10	OC	2
Skandal w literaturze i kulturze		10						10	OC	2

Dr hab. Patrycja Włodek, prof. UKEN
Instytut Filologii Polskiej
Uniwersytet Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Kraków, 30.06.2025 r.

Opinia Rady Jakości Kształcenia

W imieniu Rady Jakości Kształcenia dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach realizowanym w Instytucie Filologii Polskiej Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie, informuję, że kierunkowa Rada Jakości Kształcenia pozytywnie zaopiniowała i zaakceptowała plan i program studiów dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach drugiego stopnia w trybie niestacjonarnym na rok akademicki 2025/2026.

dr hab. Patrycja Włodek, prof. UKEN
Przewodnicząca Rady Jakości Kształcenia
dla kierunku *kulturoznawstwo i wiedza o mediach*



Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

IFP.501/4/2025
UNIwersytet
Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie
Instytut Filologii Polskiej
30-084 Kraków, ul. Podchorążych 2
tel. 12 662 61 44, fax 12 637 44 59

Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 26 czerwca 2025 roku

w sprawie: przyjęcia planu i programu studiów dla kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach na rok akademicki 2025/2026

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 dla kierunku **kulturoznawstwo i wiedza o mediach – studia niestacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczną się w roku akademickim 2025/2026.

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Piotr Wołodziej, prof. UKEN