

PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2025/2026
STUDIA STACJONARNE

.....
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 stacjonarne												
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> W przypadku większej liczby kandydatów z takim samym wynikiem o przyjęciu zadecyduje średnia ocen ze studiów pierwszego stopnia	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												

	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	Dokonuje 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 organizacyjnych.	P7U_W	P6S_WG
K_W8	Stosuje wiedzę o strukturze i funkcjach systemów medialnych oraz ocenia znaczenie nowych mediów	P7U_W	P6S_WK

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).

	w społeczeństwie informacyjnym.		
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	Działalność przedsiębiorczą 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 stacjonarnych 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	20	10						30	E	3
Kulturowa teoria literatury 1	12	12						24	OC	3
Religia a literatura	10	10						20	OC	2
Narratologia i storytelling		20						20	OC	2
Kierunki filmu współczesnego	24							24	OC	3
Komparatystyka medialna	10	10						20	OC	1
Tradycje współczesnej literatury polskiej	8	8						16	OC	1
Teoria mediów i komunikowania	16							16	OC	1
Ochrona własności intelektualnej							15	15	OC	1
Suma	100	70					15	185	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		20						20	OC	4
Kurs 2		20						20	OC	
Kurs 3		20						20	OC	
Kurs 4		20						20	OC	
Język obcy dla celów akademickich B2+			15					15	OC	1
Suma		40	15					55	-	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 Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie 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				
Krytyczna analiza dyskursów medialnych i tekstów kultury		16						16	OC	1
Kulturowa teoria literatury 2	14	12						26	E	3
Teatr i dramat współczesny	14	14						28	OC	2
Literatura a społeczeństwo	10	10						20	OC	2
Historia filmu polskiego	24							24	OC	2
Współczesna muzyka popularna	8	8						16	OC	1
Kierunki sztuki współczesnej	16	8						24	OC	2
Współczesne media w Polsce	16							16	OC	1
Suma	102	68						170	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					20			20	OC	2
Konwersatorium literaturoznawcze ⁵			20					20	OC	1
2 kurs do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 5		20						20	OC	4
Kurs 6		20						20	OC	
Kurs 7		20						20	OC	
Kurs 8		20						20	OC	
Suma		40	20		20			80		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	8	12						20	OC	2
Geopoetyka i turystyka literacka	8	12						20	OC	3
Literatura a filozofia	10	10						20	OC	2
Polska szkoła reportażu	10	10						20	OC	2
Kino popularne: ujęcie kulturoznawcze	16							16	OC	2
Praktyki adaptacyjne w kulturze współczesnej	4	6						10	OC	1
Kultura alternatywna	8	12						20	OC	2
Suma	64	62						126	-	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					15			15	OC	2
Konwersatorium kulturoznawcze ⁶			20					20	OC	1
Dwa kursy do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 9		20						20	OC	4
Kurs 10		20						20	OC	
Kurs 11		20						20	OC	
Suma		40	20		15			75	-	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/-	ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Literatura a nowe media	14	12						26	OC	3
Współczesna krytyka literacka	14	12						26	OC	3
Wielokulturowość i etniczność w literaturze	14	12						26	OC	3
Animacja życia literackiego dzieci i młodzieży	8	8						16	OC	1
<i>Social media marketing</i>	8	12						20	OC	1
Komunikacja międzykulturowa	8	8						16	OC	1
Suma	66	64						130	-	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					15			15	OC	2
Konwersatorium językoznawcze ⁷			20					20	OC	1
Jeden kurs do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 12		20						20	OC	2
Kurs 13		20						20	OC	
Kurs 14		20						20	OC	
Suma		20	20		15			55	-	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 stacjonarne 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 etudying	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/-	punkt y ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Psychologia społeczna	15	15						30	E	3
Zarządzanie instytucjami kultury	10	10						20	OC	2
Przemysły kreatywne: od idei do produktu	10	14						24	OC	2
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	10							10	OC	1
SUMA	45	39						84	1	8

Semestr 2

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkt y ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie wizerunkiem i PR	10	12						22	OC	2
Podstawy marketingu	18							18	OC	1
Podstawy finansów i bankowości		20						20	OC	2
Tworzenie i analiza oferty kulturalnej	10	10						20	OC	2
Społeczeństwo obywatelskie: teorie, praktyki		22						22	OC	2
SUMA	38	64						102	-	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	14							14	OC	1
Animacja kultury – metody i strategie	20							20	OC	2
Ochrona dziedzictwa narodowego	10							10	OC	1
Kultura czasu wolnego	18							18	OC	1
Projekty społeczne i kultura obywatelska	10	10						20	OC	2
SUMA	72	10						82	-	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/-	punkt y ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Organizacja i promocja imprez kulturalnych	10	16						26	OC	2
Zarządzanie zasobami ludzkimi	8	10						18	OC	1
Pozyskiwanie funduszy unijnych	8	10						18	OC	1
Wprowadzenie do dyplomacji kulturalnej		12						12	OC	1
SUMA	26	48						74	-	5

PROGRAM SPECJALNOŚCI
Coach medialny
Studia stacjonarne 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 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	15	15						30	E	3
Podstawy coachingu	8	14						22	OC	1
Podstawy zarządzania i ekonomii	10	16						26	OC	3
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	10							10	OC	1
SUMA	43	45						88	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	20							20	OC	2
Psychologia emocji i motywacji	8	4						12	OC	1
Narzędzia i metody coachingu	10	12						22	OC	2
Etyka w zawodzie coacha		20						20	OC	2
Zarządzanie wizerunkiem i PR	10	12						22	OC	2
SUMA	48	48						96	-	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	14							14	OC	1
Kompetencje komunikacyjne coacha	20							20	OC	2
Psychologia wpływu społecznego i przywództwa	10	4						14	OC	1
Warsztaty coachingowe		20						20	OC	2
Fundusze unijne i podstawy zarządzania projektem	10							10	OC	1
SUMA	54	24						78	-	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/-	punkt y ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Psychologia zarządzania konfliktem	14							14	OC	1
Psychologia rozwoju człowieka dorosłego	8	10						18	OC	1
Warsztat rzecznika prasowego		16						16	OC	1
Komunikacja w sytuacjach kryzysowych		10						10	OC	1
Analiza trendów rynkowych		12						12	OC	1
SUMA	22	48						70		5

PLAN FAKULTETÓW
przewidzianych do realizacji na kierunku kulturoznawstwo i wiedza o mediach studia
stacjonarne
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		20						20	OC	2
Recepcja literatury w grupach czytelniczych		20						20	OC	2
Warsztat kreatywnego pisania		20						20	OC	2
Cyfrowe narzędzia badań literackich		20						20	OC	2
Narratologia transmedialna		20						20	OC	2
Dynamika procesu twórczego		20						20	OC	2
Komizm w literaturze		20						20	OC	2
Humanistyka środowiskowa		20						20	OC	2
Song studies		20						20	OC	2
Hiperteksty: formy i praktyki		20						20	OC	2
Podróżopisarstwo XIX i XX wieku		20						20	OC	2
Mikrologia literacka		20						20	OC	2
Literackie gry z tradycją		20						20	OC	2
Skandal w literaturze i kulturze		20						20	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 stacjonarnym 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.501/1/2025
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: stacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym przyjęła plan i program studiów dla kierunku **kulturoznawstwo i wiedza o mediach – studia stacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczną się w roku akademickim 2025/2026.

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Piotr Kołodziej, prof. UKEN