Załącznik nr 2 do Uchwały Senatu nr 9.28.09.2026 z dnia 28 września 2026 r.

PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
Media Content & Creative Writing
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2025/2026

korekta z dnia 9 lipca 2026 r.

pieczęć i podpis dyrektora

……

Studia wyższe na kierunku	**Media Content & Creative Writing**
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	Niestacjonarne
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, społecznych lub nauk o sztuce. 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			
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
UMIEJĘTNOŚCI			
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

[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).

	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
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
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 zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu	P7U_K	P7S_KK

Sylwetka absolwenta	Absolwent studiów magisterskich na kierunku *Media Content & Creative Writing* 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. 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 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.
Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	Absolwent jest przygotowany do wykonywania profesji *content writera*, 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. *public relations*, specjalisty ds. komunikacji społecznej, a także innych zawodów wymagających umiejętności kreatywnego tworzenia tekstów (pisarz, poeta, krytyk artystyczny, recenzent, twórca treści internetowych).
Dostęp do dalszych studiów	Uzyskany tytuł magistra kierunku *Media Content & Creative Writing* daje możliwość podnoszenia kwalifikacji na studiach podyplomowych i ubiegania się o przyjęcia do szkoły doktorskiej.

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

Media Content & Creative Writing

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				
Gatunki i formaty medialne	8	8						16	OC	1
PR i zarządzanie wizerunkiem	8	8						16	OC	1
Prawo medialne i autorskie	10							10	OC	1
Narratologia i storytelling	6	14						20	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 XX i XXI wieku	6	6						12	OC	2
Polski rynek wydawniczy	10							10	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 1				12				12	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 1				10				10	OC	1
Kultura języka polskiego 1	6	6						12	OC	1
Podstawy przedsiębiorczości	15							15	OC	1
Język w mediach	4	8						12	OC	2
SUMA	**93**	**70**		**32**				**185**		**20**

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
4 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 1		10						10	OC	4x2=8
Kurs 2		10						10	OC	
Kurs 3		10						10	OC	
Kurs 4		10						10	OC	
Moduł science	15							15	OC	1
Język obcy dla celów akademickich B2 +			15					15	OC	1
SUMA	**15**	**40**	**15**					**70**		**10**

Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz.	punkty ECTS
Szkolenie biblioteczne	2	0

Bezpieczeństwo i higiena kształcenia[3]	4	0

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	6	6						12	OC	1
Psychologia mediów społecznościowych	10							10	OC	1
Etyka mediów	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury powszechnej 2	6	10						16	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 2	6	10						16	OC	2
Proza gatunkowa	6	10						16	OC	2
Twórczość amatorska i kultura uczestnictwa		14						14	OC	1
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 1			10					10	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 2				12				12	OC	2
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 2				12				12	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 1			10					10	OC	2
Kultura języka polskiego 2	6	6						12	OC	2
SUMA	**46**	**62**	**20**	**24**				**152**		**18**

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Proseminarium magisterskie		8						8	OC	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 5		10						10	OC	5x2=10
Kurs 6		10						10	OC	
Kurs 7		10						10	OC	
Kurs 8		10						10	OC	
Kurs 9		10						10	OC	
SUMA		**58**						**58**		**12**

[3]Studenci, którzy odbyli szkolenie z Bezpieczeństwa i higieny kształcenia na platformie Moodle Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej na studiach I stopnia, nie powtarzają szkolenia po raz drugi na studiach II stopnia.

Semestr III
Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Employer Branding	6	6						12	OC	1
Technologia cyfrowa w warsztacie humanisty		10						10	OC	1
Projektowanie graficzne – wybrane zagadnienia		10						10	OC	1
Kultura niezależna	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 1	6	6						12	OC	2
Wybrane dzieła literatury polskiej 3	10	10						20	E	3
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty 2			10					10	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 3				10				10	OC	2
Wprowadzenie do e-commerce				10				10	OC	1
Językowe środki perswazji	4	6						10	OC	1
Polszczyzna XXI wieku	4	6						10	OC	2
SUMA	**36**	**60**	**10**	**20**				**126**	**1**	**16**

Praktyka zawodowa

rodzaj zajęć	godz.	tyg.	punkty ECTS
Praktyka ciągła w agencji reklamowej, wydawnictwie lub instytucji kultury	80	Trzy pierwsze tygodnie października	2
SUMA	**80**		**2**

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					10			10	OC	2
5 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 10		10						10	OC	5x2=10
Kurs 11		10						10	OC	
Kurs 12		10						10	OC	
Kurs 13		10						10	OC	
Kurs 14		10						10	OC	
SUMA		**50**			**10**			**60**		**12**

Semestr IV
Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Współczesna kultura audiowizualna	6	6						12	OC	1
Warsztat rzecznika prasowego	4		10					14	OC	1
Różnice kulturowe w przekazach medialnych	6	6						12	OC	1
Wybrane dzieła literatury popularnej 2	10	10						20	E	3
Literatura *non-fiction*	6	6						12	OC	2
Dramat i teatr współczesny	6	6						12	OC	2
Pogranicza i korespondencje sztuk	4	6						10	OC	1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 4				12				12	OC	2
Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych				10				10	OC	1
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów 2			10					10	OC	2
Retoryka stosowana	6	6						12	OC	1
Krytyczna analiza dyskursów medialnych	4	6						10	OC	1
SUMA	**52**	**52**	**20**	**22**				**146**	**1**	**18**

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Seminarium magisterskie 2					10			10	OC	2
3 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 15		10						10	OC	3x2=6
Kurs 16		10						10	OC	
Kurs 17		10						10	OC	
SUMA		**30**			**10**			**40**		**8**

Egzamin dyplomowy

	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
Personal branding
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

Collaborative & Speechwriting
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
Społeczeństwo 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
Społeczne determinanty języka
Język a płeć
Polszczyzna wobec przemian generacyjnych
Pragmalingwistyczna analiza wypowiedzi
Frazeologizmy jako tworzywo kultury

uken

Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

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

IFP.501.20.2025

Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 17 września 2025 roku

w sprawie: zatwierdzenia zmian w planach studiów 2025/2026

kierunek: Media Content & Creative Writing
poziom studiów: studia drugiego stopnia
forma studiów: niestacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym zaakceptowała zmiany w planach studiów dla kierunku **Media Content & Creative Writing – studia niestacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczną się w roku akademickim 2025/2026.

jest:

semestr	Nazwa kursu	W	K	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
II	Język w mediach	4	8	12	oc.	2

ma być:

semestr	Nazwa kursu	W	K	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
I	Język w mediach	4	8	12	oc.	2

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej
dr hab. Piotr Kołodziej, prof. UKEN

uken

Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

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

IFP.501. .2026

Uchwała Rady Instytutu Filologii Polskiej z dnia 9 lipca 2026 roku

zatwierdzenie zmian w planach studiów 2025/2026

kierunek: Media Content & Creative Writing
poziom studiów: studia drugiego stopnia
forma studiów: niestacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym zaakceptowała zmiany w planach studiów dla kierunku **Media Content & Creative Writing – studia niestacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczęły się w roku akademickim 2025/2026.

jest:

semestr	Nazwa kursu	W	L	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
III	Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 3		10	10	oc	1
IV	Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 4		10	10	oc	1

ma być:

semestr	Nazwa kursu	W	L	Razem	Forma zaliczenia	ECTS
III	Wprowadzenie do e-commerce		10	10	oc	1
IV	Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych		10	10	oc	1

Z-CA DYREKTORA
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Marzena Błasiak-Tytuła, prof. UKEN

samorząd studentów

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Kraków, 16 lipca 2026

Opinia Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytutu Filologii Polskiej

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

w sprawie zaakceptowania zmian w planie i programie studiów **Media Content & Creative Writing**

w ramach niestacjonarnych studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim,

dotyczy edycji w roku akademickim 2025/2026.

Na podstawie dostępnych źródeł Instytutowa Rada Samorządu Studentów Instytut Filologii Polskiej Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie dokonała oceny zmian w planie i programie studiów **Media Content & Creative Writing** w ramach niestacjonarnych studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim.

Nawiązując do dokonanej analizy stanu faktycznego wyraża pozytywną opinię na temat proponowanych zmian w planie i programie studiów.

Szczegółowe uzasadnienie wraz z przyjętymi kryteriami oceny i ich uzasadnieniem stanowi załącznik do tego pisma.

Adrian Pokrzywka

Przewodniczący Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytutu Filologii Polskiej

Podpis: Adrian Pokrzywka

Instytutowa Rada Samorządu Studentów
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie

ul. Podchorążych 2, pok. 270
30–084 Kraków
www.samorzad.uken.krakow.pl

Biuro Samorządu Studentów
tel. 12 662 61 19
samorzad@up.krakow.pl

samorząd studentów

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

Załącznik 1.

Karta studenckiej oceny planu i programu studiów

Kryterium:	**Ocena spełnienia:** Spełnione/ Częściowo spełnione/ Niespełnione	**Uzasadnienie:**
Prawidłowość przyporządkowania punktów ECTS do poszczególnych przedmiotów uwzględniając nakład pracy studenta.	Spełnione	Brak uwag
Adekwatność formy zajęć względem treści programowych realizowanych w ramach przedmiotów	Spełnione	Brak uwag
Modułowe i kierunkowe efekty uczenia się są sformułowane w sposób zrozumiały i adekwatny do specyfiki kierunku studiów.	Spełnione	Brak uwag
Treści programowe realizowane w ramach przedmiotów są zgodne ze specyfiką kierunku studiów oraz efektami uczenia się.	Spełnione	Brak uwag
Adekwatność i zrozumiałość form egzaminowania, zarówno zaliczeń etapowych, jak i procesu dyplomowania.	Spełnione	Brak uwag

Adrian Polnywka

Instytutowa Rada Samorządu Studentów
Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie

ul. Podchorążych 2, pok. 270
30–084 Kraków
www.samorzad.uken.krakow.pl

Biuro Samorządu Studentów
tel. 12 662 61 19
samorzad@up.krakow.pl

Wymiar, zasady i forma realizowanych praktyk zawodowych.	Spełnione	Brak uwag
Możliwość realizacji przedmiotów do wyboru, w łącznym wymiarze nie mniej niż 30% spośród wszystkich punktów ECTS wymaganych do ukończenia studiów oraz atrakcyjność oferty.	Spełnione	Brak uwag

Dodatkowe uwagi, nieprzyporządkowane do kryteriów:

Źródła, na podstawie których została wydana opinia, oraz informacja o przebiegu współpracy z władzami Uczelni w procesie:

Kompleksowe uzasadnienie w oparciu o przyjęte kryteria:

Adrian Pokrzywka

Kraków, 7 maja 2026 r.

Wniosek o zatwierdzenie zmian w programie studiów kierunku Media Content&Crestive Writing, obowiązującym od roku akademickim 2025/2026

Działając w imieniu Kierunkowej Rady Jakości Kształcenia, uprzejmie wnoszę o zatwierdzenie zmian w programie studiów II stopnia na kierunku Media Content and Creative Writing, obowiązującym od roku akademickiego 2025/2026. Proponowane modyfikacje mają charakter korekty i doprecyzowania, wynikają z analizy funkcjonowania programu, konsultacji ze studentkami i studentami oraz interesariuszami zewnętrznymi, a także z konieczności dostosowania treści kształcenia do aktualnych realiów rynku pracy w sektorze mediów i komunikacji cyfrowej. Do podania załączam opinię kierunkowej Rady Jakości Kształcenia.

1. Korekta warunków przyjęć na studia

Jest: 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.

Powinno być: Ukończone studia licencjackie z obszaru nauk humanistycznych, społecznych **lub nauk o sztuce**. Komisja rekrutacyjna bierze pod uwagę ocenę z dyplomu oraz – w przypadku uzyskania takich samych wyników – średnią arytmetyczną ocen ze studiów.

Posiadamy pisemną zgodę na rozszerzenie kryteriów rekrutacji od dr. hab. Roberta Stawarza prof. UKEN, wyrażoną w odpowiedzi na pismo z dnia 2 marca 2023 r. Rekrutacja na rok akademicki 2025/2026 uwzględniała już kandydatów/ki z obszaru nauk o sztuce, ale nie zostało to odnotowane w planie studiów.

2. Zmiany w planie studiów

Semestr III

Studia stacjonarne

- Jest: Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 3 (20L)
- Zmiana na: Wprowadzenie do e-commerce (20 L)

Studia niestacjonarne

- Jest: Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 3 (10L)
- Zmiana na: Wprowadzenie do e-commerce (10 L)

Semestr IV

Studia stacjonarne

- Jest: Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 4 (10 L)
- Zmiana na: Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych (10 L)

Studia niestacjonarne

- Jest: Warsztaty kreatywnego pisania: teksty użytkowe 4 (10 L)
- Zmiana na: Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych (10 L)

Obie zmiany mają charakter doprecyzowujący. Dwa pierwsze semestry warsztatów kreatywnego pisania tekstów użytkowych realizowane były przez pracowników naszego Instytutu, co zapewniło studentkom i studentom solidne podstawy w zakresie tworzenia treści. Zasadne jest jednak uzupełnienie tego komponentu o bardziej wyspecjalizowane kursy, odpowiadające na rosnące znaczenie kompetencji związanych z rynkiem cyfrowym, w tym sprzedażą treści, usług i produktów w środowisku online. Kurs „Wprowadzenie do e-commerce" rozwija praktyczne umiejętności rozumienia mechanizmów funkcjonowania rynku cyfrowego, zachowań użytkowników oraz strategii komunikacyjnych wykorzystywanych w środowisku biznesowym. Z kolei kurs „Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych" obejmuje projektowanie treści cyfrowych, ich optymalizację pod kątem wyszukiwarek (SEO), tworzenie treści dla systemów generatywnych (GEO) oraz podstawy analizy danych.

PODPIS ZAUFANY
Magdalena Maria
STOCH
02.09.2026 09:29:36 GMT+0200
Dokument podpisany elektronicznie podpisem zaufanym

UNIWERSYTET PEDAGOGICZNY
IM. KOMISJI EDUKACJI NARODOWEJ W KRAKOWIE
INSTYTUT FILOLOGII POLSKIEJ
Wpłynęło dnia 13.03.2023
Nr wpływu FP.5100.2.2023
Znak sprawy
Za

Kraków, 2 marca 2023 r.

Dr hab. prof. UP Magdalena Stoch

Instytut Filologii Polskiej

UNIWERSYTET PEDAGOGICZNY
IM. KOMISJI EDUKACJI NARODOWEJ W KRAKOWIE
BIURO REKTORA
Wpłynęło dnia 02 MAR. 2023
Nr wpływu 223
Znak sprawy
Zał. Ref.

Szanowny Pan

prof. UP dr hab. Robert Stawarz

Prorektor ds. Kształcenia i Rozwoju

Szanowny Panie Rektorze,

Zwracam się z prośbą o możliwość rozszerzenia kryteriów rekrutacyjnych na rok 2023/2024 na kierunek Media Content & Creative Writing, studia stacjonarne i niestacjonarne drugiego stopnia. Obecnie przyjmujemy absolwentów kierunków z dziedziny nauk humanistycznych i społecznych. Biorąc pod uwagę ubiegłoroczne doświadczenie komisji rekrutacyjnej, do kryteriów tych chcemy dodać absolwentów kierunków z dziedziny sztuka.

Proponowane rozszerzenie jest korzystne dla potencjalnych kandydatów i kandydatek na studia oraz wpisuje się w profil kierunku. Uprzejmie proszę o rozważenie naszej prośby.

Z wyrazami szacunku,

Z-ca DYREKTORA
Instytutu Filologii Polskiej
Magdalena Stoch
dr hab. Magdalena Stoch, prof. UP

DDiP
Sz. P. Agata Małozięć
Proszę o opinię
6 III 2023
PROREKTOR
DS. KSZTAŁCENIA I ROZWOJU
dr hab. Robert Stawarz, prof. UP

Zgodne
10 III 2023
PROREKTOR
DS. KSZTAŁCENIA I ROZWOJU
dr hab. Robert Stawarz, prof. UP

Szanowny Panie Prorektorze,
nie widzę problemu przeanalizowanego i rekomenduję zaproponowane rozszerzenie kryteriów rekrutacyjnych

Kierownik
Działu Dydaktyki i Praktyk
mgr inż. Agata Małozięć