

PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
Media Content & Creative Writing
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2026/2027
Studia stacjonarne

data przyjęcia przez Radę Instytutu Filologii Polskiej

pieczęć i podpis dyrektora

.....

Studia wyższe na kierunku	Media Content & Creative Writing
Dziedziny	Dziedzina nauk humanistycznych, Dziedzina nauk społecznych
Dyscyplina wiodąca (% udział)	Literaturoznawstwo 55%
Pozostałe dyscypliny (% udział)	Nauki o komunikacji społecznej i mediach 45%
Kod ISCED	0232
Poziom	Studia drugiego stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma prowadzenia	Stacjonarne
Specjalności	brak
Punkty ECTS	120
Czas realizacji (liczba semestrów)	4
Uzyskiwany tytuł zawodowy	Magister
Warunki przyjęcia na studia	Ukończone studia licencjackie z obszaru nauk humanistycznych, 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/ka:			
K_W1	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych dzieł literatury polskiej i światowej oraz teorii badań tekstów literackich	P7U_W	P7S_WG
K_W2	zna zaawansowane metody badania mediów i tekstów kultury	P7U_W	P7S_WG
K_W3	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych dzieł teatralnych, filmowych i muzycznych oraz relacji intermedialnych zachodzących między literaturą, teatrem, filmem, muzyką i mediami cyfrowymi	P7U_W	P7S_WG
K_W4	ma pogłębioną wiedzę na temat mechanizmów funkcjonowania różnych obiegów kultury oraz ich wpływu na praktyki twórcze i komunikacyjne	P7U_W	P7S_WG
K_W5	ma pogłębioną wiedzę na temat funkcjonowania współczesnych mediów, rynku wydawniczego i medialnego	P7U_W	P7S_WG
K_W6	ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych zagadnień z zakresu nauk o mediach i komunikacji społecznej	P7U_W	P7S_WG
K_W7	zna i rozumie główne tendencje rozwojowe dyscyplin: literaturoznawstwo oraz nauki o mediach i komunikacji społecznej	P7U_W	P7S_WG
K_W8	ma pogłębioną wiedzę na temat kluczowych problemów współczesnej cywilizacji , związanych z przemianami technologicznymi	P7U_W	P7S_WK
K_W9	ma pogłębioną wiedzę na temat zróżnicowanych sposobów wykorzystania mediów społecznościowych w kontekstach kulturowych, społecznych i systemach medialnych	P7U_W	P7S_WK
K_W10	ma pogłębioną wiedzę na temat ekonomicznych i prawnych oraz psychologicznych i etycznych uwarunkowań działalności zawodowej związanej z tworzeniem treści, komunikacją medialną i pracą twórczą	P7U_W	P7S_WK
K_W11	ma pogłębioną wiedzę na temat zasad funkcjonowania współczesnego rynku pracy oraz tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanej z rynkiem wydawniczym, mediami cyfrowymi i komunikacją organizacyjną	P7U_W	P7S_WK

¹Zgodnie z załącznikiem do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz.U. z 2024 r., poz. 1606 z późn. zm.).

²Zgodnie 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).

K_W12	ma pogłębioną wiedzę na temat zasad tworzenia i analizy wypowiedzi pisemnych i ustnych o charakterze artystycznym, krytycznym i użytkowym, w różnych mediach i kontekstach komunikacyjnych	P7U_W	P7S_WG
K_W13	ma pogłębioną wiedzę w zakresie poprawności i kultury języka polskiego , a także zasad stylistycznego i redakcyjnego opracowania tekstów	P7U_W	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI			
Absolwent/ka:			
K_U1	potrafi analizować i interpretować teksty literackie, formułować problemy badawcze oraz projektować i realizować badania w zakresie literaturoznawstwa oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach	P7U_U	P7S_UW
K_U2	potrafi twórczo i świadomie tworzyć teksty literackie, krytyczne, recenzenckie, a także wypowiedzi ustne oraz autorskie treści internetowe, wykorzystując wiedzę o narracji, stylu, retoryce i języku	P7U_U	P7S_UW
K_U3	potrafi projektować, redagować i optymalizować treści przeznaczone do mediów cyfrowych , w tym teksty informacyjne, perswazyjne i sprzedażowe, treści SEO/GEO, komunikację reklamową oraz scenariusze krótkich form audiowizualnych	P7U_U	P7S_UW
K_U4	potrafi dobierać i wykorzystywać narzędzia oparte na sztucznej inteligencji we wspomaganiu tworzenia, redagowania i optymalizacji treści cyfrowych, z uwzględnieniem ich możliwości, ograniczeń i wymiaru etycznego	P7U_U	P7S_UW
K_U5	potrafi analizować i kreować treści medialne oraz projektować i współtworzyć strategie komunikacyjne i marketingowe w mediach interaktywnych	P7U_U	P7S_UW
K_U6	potrafi wykorzystywać wiedzę o funkcjonowaniu rynku wydawniczego i medialnego do kreowania spójnego i korzystnego wizerunku firmy , instytucji, organizacji, marki lub osoby publicznej	P7U_U	P7S_UW
K_U7	potrafi pracować zespołowo w ramach projektów twórczych i medialnych, w tym podejmować role wiodące, koordynować działania zespołu oraz prowadzić debatę i dialog	P7U_U	P7S_UK
K_U08	potrafi posługiwać się językiem obcym na poziomie minimum B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz stosować specjalistyczną terminologię z zakresu kierunku	P7U_U	P7S_UK
K_U09	Potrafi świadomie dobierać i zaawansowanie wykorzystywać narzędzia oraz urządzenia multimedialne w działaniach twórczych i komunikacyjnych	P7U_U	P7S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
Absolwent/ka:			
K_K1	Jest gotów do aktywnego i kreatywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i medialnym oraz do inicjowania własnych działań twórczych i komunikacyjnych	P7U_K	P7S_KK
K_K2	ma świadomość potrzeby stałego rozwoju kompetencji zawodowych i naukowych oraz jest gotów do podejmowania dalszego kształcenia, w tym na studiach trzeciego stopnia lub podyplomowych	P7U_K	P7S_KK

K_K3	jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, z poszanowaniem zasad etycznych	P7U_K	P7S_KO
K_K4	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w środowisku pracy twórczej i komunikacyjnej	P7U_K	P7S_KR
K_K5	jest gotów do współpracy zespołowej oraz do przyjmowania odpowiedzialności za realizację i jakość projektów twórczych i medialnych	P7U_K	P7S_KR

Treści programowe w powiązaniu z efektami uczenia się

ŚCIEŻKA MEDIALNO-KOMUNIKACYJNA	K_W3; K_W5; K_W6; K_W7; K_W8; K_W9; K_W10; K_W11; K_W12; K_W13; K_U1; K_U2; K_U3; K_U4; K_U5; K_U8; K_K1; K_K2; K_K3; K_K4
	Ścieżka twórczo-krytyczna obejmuje treści z zakresu literatury, kultury współczesnej, analizy i interpretacji tekstów kultury oraz kreatywnego i krytycznego tworzenia wypowiedzi literackich, krytycznych i recenzenckich.
ŚCIEŻKA TWÓRCZO-KRYTYCZNA	K_W1; K_W2; K_W3; K_W4; K_W5; K_W6; K_W7; K_W8; K_W11; K_W12; K_W13; K_U1; K_U2; K_U5; K_U6; K_U7; K_U9; K_K1; K_K2; K_K3; K_K4; K_K5
	Ścieżka medialno-komunikacyjna obejmuje treści związane z funkcjonowaniem współczesnych mediów, komunikacją cyfrową, projektowaniem i optymalizacją treści internetowych, marketingiem treści oraz wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI w pracy medialnej i komunikacyjnej.
POZOSTAŁE	K_W5; K_W8; K_W11; K_W12; K_U1; K_U2; K_U4; K_U6; K_U8; K_K2; K_K3; K_K4

Formy sprawdzania efektów uczenia się

K_W1	Kolokwium pisemne lub ustne; egzamin; praca pisemna analityczno-interpretacyjna; esej; projekt twórczy lub badawczy; analiza tekstów kultury; udział w dyskusjach.
K_W2	Kolokwium; egzamin; analiza tekstów kultury i zjawisk medialnych; praca pisemna; udział w dyskusjach.
K_W3	Kolokwium; projekt indywidualny lub grupowy; referat/prezentacja; analiza dzieł i praktyk artystycznych; udział w dyskusjach.
K_W4	Kolokwium; projekt grupowy; analiza praktyk kulturowych i medialnych; aktywność podczas zajęć; udział w dyskusjach
K_W5	Kolokwium lub test końcowy; projekt indywidualny; analiza strategii komunikacyjnych i rynku medialnego; aktywność podczas zajęć.
K_W6	Egzamin, test lub kolokwium; projekt analityczny lub praktyczny; analiza praktyk medialnych i komunikacyjnych; aktywny udział w zajęciach; dyskusje.
K_W7	Kolokwium lub egzamin; esej lub praca analityczna; projekt interpretacyjny lub badawczy; udział w dyskusjach.
K_W8	Kolokwium, test lub projekt; analiza zjawisk kulturowych, medialnych i technologicznych; udział w dyskusjach; aktywność podczas zajęć.
K_W9	Test, kolokwium lub odpowiedź ustna/pisemna; analiza aspektów prawnych, etycznych i społecznych komunikacji; projekt praktyczny.
K_W10	Projekt indywidualny; analiza rynku pracy i sektora kreatywnego; udział w dyskusjach; kolokwium.
K_W11	Projekt praktyczny lub twórczy; praca pisemna; ćwiczenia warsztatowe; analiza i redakcja tekstów; aktywność podczas zajęć.
K_W12	Projekt praktyczny lub twórczy; praca pisemna; ćwiczenia warsztatowe; analiza i redakcja tekstów; aktywność podczas zajęć.
K_W13	Egzamin lub test pisemny; analiza i redakcja tekstów; ćwiczenia językowe; aktywność podczas zajęć.

K_U1	Analiza i interpretacja tekstów kultury; kolokwium lub egzamin; projekt badawczy, analityczny lub interpretacyjny; praca pisemna; prezentacja; udział w dyskusjach.
K_U2	Projekt twórczy lub krytyczny; autorska praca pisemna; prezentacja ustna; ćwiczenia warsztatowe; analiza własnej praktyki twórczej; udział w dyskusjach.
K_U3	Projekt praktyczny; tworzenie i optymalizacja treści cyfrowych; ćwiczenia warsztatowe; analiza komunikacji marketingowej.
K_U4	Analiza skuteczności działań komunikacyjnych; interpretacja danych i wskaźników; wykorzystanie narzędzi cyfrowych i AI; test lub projekt.
K_U5	Analiza praktyk medialnych, prawnych i komunikacyjnych; projekt grupowy lub indywidualny; zadania praktyczne; egzamin lub kolokwium.
K_U6	Projekt strategiczny lub analityczny; analiza działań wizerunkowych i komunikacyjnych; prezentacja projektu.
K_U7	Praca zespołowa przy realizacji projektów badawczych i medialnych; prezentacja wyników; współorganizacja działań projektowych.
K_U8	Analiza literatury naukowej; interpretacja zjawisk kulturowych; formułowanie argumentacji podczas zaliczenia ustnego lub pracy pisemnej.
K_U9	Prezentacja projektu; wykorzystanie narzędzi cyfrowych i multimedialnych w działaniach twórczych, komunikacyjnych lub analitycznych; analiza i interpretacja materiałów medialnych; aktywny udział w warsztatach i projektach zespołowych
K_K1	Aktywny udział w zajęciach, warsztatach i dyskusjach; krytyczna refleksja nad kulturą, komunikacją, kulturą i relacjami społecznymi; realizacja projektów indywidualnych i grupowych; zaangażowanie w pracę własną. Aktywny udział w ćwiczeniach, warsztatach i dyskusjach; refleksja nad komunikacją, kulturą i relacjami społecznymi; współpraca zespołowa.
K_K2	Systematyczne rozwijanie kompetencji interpretacyjnych, badawczych i twórczych; aktywność warsztatowa; refleksja nad własnym rozwojem.
K_K3	Realizacja projektu indywidualnego; odpowiedzialne i przedsiębiorcze działanie; udział w dyskusjach.
K_K4	Aktywność podczas zajęć; etyczne i odpowiedzialne projektowanie komunikacji oraz wypowiedzi; realizacja projektów praktycznych i warsztatowych.
K_K5	Współpraca zespołowa przy realizacji projektów; udział w działaniach projektowych i prezentacyjnych.

Wskazanie związków z misją uczelni i strategią jej rozwoju	Kierunek Media Content & Creative Writing odpowiada na potrzebę kształcenia nowoczesnych kadr dla gospodarki opartej na wiedzy, rynku mediów, kultury i komunikacji cyfrowej. Łącząc literaturoznawstwo z naukami o komunikacji społecznej i mediach, realizuje strategiczny cel doskonałości kształcenia poprzez interdyscyplinarny, aktualny program studiów, dostosowany do dynamicznych przemian społeczno-gospodarczych i technologicznych. Kierunek wspiera także cele związane ze społeczną odpowiedzialnością nauki, ponieważ przygotowuje absolwentki i absolwentów do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i medialnym, tworzenia wartościowych treści, krytycznej analizy przekazów oraz odpowiedzialnej komunikacji publicznej. Uwzględnienie kompetencji twórczych, krytycznych, medialnych, cyfrowych i etycznych wpisuje się w strategiczną wizję uczelni jako instytucji nowoczesnej, społecznie odpowiedzialnej, współpracującej z otoczeniem społeczno-gospodarczym i reagującej na zmieniające się potrzeby rynku pracy.
--	--

Sylwetka absolwenta/ki	Kształcenie na kierunku Media Content & Creative Writing opiera się na dwóch równorzędnych, wzajemnie powiązanych ścieżkach kompetencyjnych: twórczo-krytycznej oraz medialno-komunikacyjnej. Absolwent/ka jest przygotowany/a do aktywnego i kreatywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym i medialnym. Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu literatury, kultury, języka oraz mediów, a także rozumie społeczne, kulturowe, ekonomiczne i technologiczne uwarunkowania funkcjonowania współczesnych praktyk komunikacyjnych. W ramach ścieżki twórczo-krytycznej absolwent/ka jest przygotowany/a do kreatywnego i krytycznego tworzenia tekstów w oparciu o wiedzę z zakresu literatury i kultury współczesnej. Dysponuje wysokimi kompetencjami językowymi i narracyjnymi, umożliwiającymi tworzenie tekstów literackich, krytycznych i recenzyjnych, a także autorskich treści internetowych. Potrafi świadomie wykorzystywać narzędzia analizy i interpretacji tekstów kultury oraz wiedzę o języku, stylu i retoryce w pracy twórczej. Jest przygotowany/a do działalności zawodowej m.in. jako pisarz, krytyk artystyczny, recenzent. Jest gotów do wykorzystywania wiedzy o tradycji i dziedzictwie kulturowym w krytycznej analizie oraz współtworzeniu rozwiązań współczesnych problemów społecznych i kulturowych. Zna specjalistyczną terminologię literaturoznawczą, językoznawczą i kulturoznawczą. W ramach ścieżki medialno-komunikacyjnej absolwent/ka jest przygotowany/a do analizowania i kreowania treści medialnych oraz do projektowania, redagowania, zarządzania i optymalizacji treści w środowisku mediów cyfrowych. Potrafi zarządzać wizerunkiem marki w sieci oraz projektować i współtworzyć strategie marketingowe i komunikacyjne w mediach interaktywnych. Rozumie mechanizmy funkcjonowania współczesnych mediów oraz rynku wydawniczego i medialnego, a także potrafi wykorzystać tę wiedzę w celu kreowania spójnego i korzystnego wizerunku firmy, instytucji, organizacji, marki lub osoby publicznej. Jest przygotowany/a do wykonywania profesji content writera oraz specjalisty ds. mediów interaktywnych, odpowiedzialnego/ej za tworzenie treści na potrzeby firm, instytucji kultury, organizacji społecznych oraz mediów. Zna specjalistyczną terminologię medialną.
Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	Absolwent jest przygotowany do pracy zawodowej zarówno w obszarze kreatywnego i krytycznego tworzenia tekstów (w tym jako pisarz, krytyk artystyczny, recenzent oraz twórca treści internetowych) w oparciu o wiedzę z zakresu literatury i kultury, jak i w obszarze projektowania, zarządzania i optymalizacji treści w środowisku mediów cyfrowych (jako content writer oraz specjalista ds. mediów interaktywnych).
Dostęp do dalszych studiów	Uzyskany tytuł magistra kierunku Media Content & Creative Writing 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

PODSUMOWANIE

Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	4 semestry / 120 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i osoby studiującej	1137
Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych	117 ECTS

z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	117 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	nie dotyczy
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	38 (31,67%)
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	3
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	80 h
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	nie dotyczy
Łączna liczba godzin zajęć na studiach prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	nie dotyczy
Łączna liczba godzin zajęć / punktów ECTS kształcenia w zakresie języków obcych	1
Procentowy udział punktów ECTS (w łącznej liczbie punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów), którą osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć: związanych z prowadzoną na uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach do których przyporządkowany został kierunek studiów (w przypadku profilu ogólnoakademickiego) lub kształtujących umiejętności praktyczne (w przypadku profilu praktycznego)	97,5%

Media Content & Creative Writing

Plan studiów stacjonarnych II stopnia

Rok akademicki 2026/2027

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E	ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
ŚCIEŻKA MEDIALNO-KOMUNIKACYJNA											
Social media jako środowisko komunikacyjne	20							20	E	2	K_W6; K_W9; K_U3; K_U5, K_K4
Gatunki, formaty i franczyzy w kulturze medialnej	12	8						20	ZO	2	K_W5; K_W6; K_U1; K_K1
Prawo medialne i autorskie	16							16	ZO	1	K_W5, K_W10; K_U5; K_K4
Projektowanie treści cyfrowych: teksty informacyjne				16				16	ZO	2	K_W12; K_U3; K_U4; K_K4
ŚCIEŻKA TWÓRCZO-KRYTYCZNA											
Literatura światowa poza kanonem zachodnim	8	16						24	ZO	2	K_W1; K_W7; K_U1; K_U2, K_K1
Wybrane dzieła literatury polskiej XX i XXI wieku 1	8	16						24	ZO	2	K_W1; K_W7; K_U1; K_K1
Współczesna kultura audiowizualna	16							16	ZO	2	K_W3; K_W4, K_W8; K_U1; K_K1
Narratologia i storytelling	6	20						26	E	2	K_W1, K_W12, K_U1, K_U2, K_U09, K_K1, K_K5
Współczesne dyskursy muzyki popularnej		24						24	ZO	2	K_W3; K_W4; K_U1; K_U09, K_K1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 1				20				20	ZO	2	K_W01, K_W12; K_U2; K_K1, K_K2
Przedsiębiorczość	15							15	ZO	1	K_W11; K_U6; K_K3
SUMA	101	84		36				221	2	20	

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
4 kursy do wyboru x 2 ECTS											
Kurs 1		16						16	ZO	4x2=8	
Kurs 2		16						16	ZO		
Kurs 3		16						16	ZO		
Kurs 4		16						16	ZO		
Moduł science	15							15	ZO	1	K_W8, K_U1, K_K2, K_K3
Język obcy dla celów akademickich B2 +			15					15	ZO	1	K_W12, K_U2, K_U08, K_K2, K_K4
SUMA	15	64	15					94		10	

Pozostałe zajęcia

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

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 II

Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe						E-learning	razem	E	ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
	W	zajęć w grupach									
		A	K	L	S	P					
ŚCIEŻKA MEDIALNO-KOMUNIKACYJNA											
Psychologia mediów i komunikowania	16							16	ZO	2	K_W6; K_W10; K_U5; K_K1
Kultura języka polskiego	16	20						36	E	3	K_W13; K_U2; K_K4
Projektowanie treści cyfrowych: teksty sprzedażowe				20				20	ZO	2	K_W12; K_U3; K_K4
ŚCIEŻKA TWÓRCZO-KRYTYCZNA											
Kierunki badań nad literaturą w XX i XXI wieku	10	10						20	ZO	2	K_W1; K_W7; K_U1; K_K2
Wybrane dzieła literatury polskiej XX i XXI wieku 2		24						24	ZO	2	K_W1; K_W7; K_U1; K_U2; K_K1
Wybrane dzieła literatury popularnej	8	16						24	ZO	2	K_W1; K_W4; K_U1; K_K1
Kino popularne		24						24	ZO	2	K_W3; K_W4; K_U1; K_U5; K_K1
Kontekstowe czytanie tekstu literackiego – warsztaty			26					26	ZO	2	K_W1; K_W12, K_U1; K_K1
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 2				20				20	ZO	2	K_W01, K_W12; K_U2; K_K1, K_K2
Stylistyczno-redakcyjne opracowanie tekstów			26					26	ZO	3	K_W12, K_W13; K_U2; K_K4
Twórczość amatorska i kultura uczestnictwa	6	10						16	ZO	2	K_W4, K_W8, K_U5, K_U7, K_K1, K_K5
SUMA	56	104	52	40				252	1	24	

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe										
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem	E/-	ECTS	
		A	K	L	S	P					Odniesienie do efektów uczenia się
Proseminarium medialno-komunikacyjne		16						16	ZO	2	K_W2; K_W7; K_U1; K_U6; K_K2
Proseminarium twórczo-krytyczne		16						16	ZO		K_W2; K_W7; K_U1; K_U6; K_K2
2 kursy do wyboru, każdy po 2 ECTS											
Kurs 5		16						16	ZO	2x2=	
Kurs 6		16						16	ZO	4	
SUMA		48						48		6	

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
	W	zajęć w grupach					E- learning	razem			
		A	K	L	S	P					
ŚCIEŻKA MEDIALNO-KOMUNIKACYJNA											
Content marketing	8	16						24	ZO	2	K_W5; K_W10; K_U3; K_U4; K_K3
Etyka mediów	12	14						26	ZO	3	K_W10; K_U1; K_K4
Wprowadzenie do e-commerce			20					20	ZO	2	K_W5; K_W10, K_W11; K_U5; K_K3
Projektowanie treści cyfrowych: SEO/GEO, analiza danych			16					16	ZO	1	K_W05; K_W6, K_U3; K_K4
Lingwistyka dyskursu	10	10						20	ZO	2	K_W6; K_W12; K_U1; K_K2
ŚCIEŻKA TWÓRCZO-KRYTYCZNA											
Wybrane dzieła literatury polskiej XX i XXI wieku 3		24						24	E	3	K_W1; K_W7; K_U1; K_K1
Literatura non-fiction	8	16						24	ZO	2	K_W1; K_W4; K_U1; K_K4
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 3				20				20	ZO	2	K_W01, K_W12; K_U2; K_K1, K_K2
Dramat i teatr współczesny	6	10						16	ZO	1	K_W3; K_U1; K_K1
Warsztat recenzencki			16					16	ZO	1	K_W12; K_U2; K_K4
SUMA	44	90	52	20				206	1	19	

Praktyka zawodowa

rodzaj zajęć	godz.	tyg.	punkty ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
Praktyka nieciągła w agencji reklamowej, wydawnictwie lub instytucji kultury	80	semestr III (nieciągła)	3, ZO	K_W5; K_W11; K_U4; K_U6; K_K4
Suma:	80		3	

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					16			16	ZO	2
3 kursów do wyboru, każdy po 2 ECTS										
Kurs 7		16						16	ZO	3x2=6
Kurs 8		16						16	ZO	
Kurs 9		16						16	ZO	
SUMA		48			16			64		8

Semestr IV

Zajęcia dydaktyczne obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							razem	E/-	ECTS	Odniesienie do efektów uczenia się
	W	zajęć w grupach					E-learning				
		A	K	L	S	P					
ŚCIEŻKA MEDIALNO-KOMUNIKACYJNA											
AI i narzędzia cyfrowe w produkcji treści			16					16	ZO	2	K_W6, K_W8; K_U4; K_K2
Projektowanie treści cyfrowych: krótkie formy wideo			16					16	ZO	2	K_W3; K_W12; K_U3; K_U08; K_K4
Retoryka stosowana				20				20	ZO	2	K_W12; K_U2; K_K4
Krytyczna analiza dyskursów medialnych	10	10						20	ZO	2	K_W6; K_W7; K_U1; K_K2
ŚCIEŻKA TWÓRCZO-KRYTYCZNA											
Współczesna krytyka literacka	8	16						24	E	3	K_W1; K_W7; K_U1; K_U2; K_K1
Polski rynek wydawniczy	20							20	ZO	2	K_W5; K_W11; K_U5; K_K3
Warsztaty kreatywnego pisania: teksty literackie 4				20				20	ZO	2	K_W01, K_W12; K_U2; K_K1, K_K2
Zespołowy projekt badawczy	4	16						20	ZO	2	K_W2; K_U1; K_U7; K_K5
Pogranicza i korespondencje sztuk	6	10						16	ZO	2	K_W3, K_W4, K_U1, K_K1
SUMA	48	52	32	40				172	1	19	

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					16			16	ZO	3
4 kursy do wyboru x 2 ECTS										
Kurs 10		16						16	ZO	4x2=8
Kurs 11		16						16	ZO	
Kurs 12		16						16	ZO	
Kurs 13		16						16	ZO	
SUMA		64			16			80		11

Egzamin dyplomowy

	Punkty ECTS
Egzamin dyplomowy w oparciu o pracę dyplomową lub projekt dyplomowy	nie dotyczy

Wykaz kursów do wyboru realizowanych w ramach studiów [minimalny zestaw efektów dla całej puli fakultetów: K_W6; K_W8; K_U1; K_U2; K_K4]

Ścieżka medialno-komunikacyjna

1. Algorytmy, platformy i kapitalizm cyfrowy
2. Krytyczna weryfikacja informacji (fact-checking)
3. Kultura streamingu i modele dystrybucji treści
4. PR i strategię zarządzania wizerunkiem marki w mediach cyfrowych
5. Personal branding
6. Influencer marketing
7. Event marketing
8. Warsztat rzecznika prasowego

9. Mediacje i negocjacje w miejscu pracy
10. Podcasting
11. Wizualizacja i storytelling danych
12. Wybrane dyskursy współczesności
13. Zaawansowane zagadnienia współczesnej polszczyzny

Ścieżka twórczo-krytyczna

1. Humanistyka środowiskowa
2. Fantastyka i dystopia w kulturze współczesnej
3. Komiks i powieść graficzna w kulturze współczesnej
4. Literatura dla dzieci i młodzieży
5. Literatura dla młodych dorosłych (Young Adult)
6. Kino współczesne
7. Narracja w grach wideo
8. Interpretacje dzieła malarskiego
9. Rynek mody
10. Rock Studies
11. Komunikacja wizerunkowa twórców muzycznych
12. Książka w przestrzeni cyfrowej
13. Projektowanie zmiany społecznej
14. Warsztaty kreatywnego myślenia
15. Warsztat poetycki
16. Planowanie i rozwój kariery kreatywnej
17. Speechwriting



Uniwersytet Komisji
Edukacji Narodowej
w Krakowie

UNIWERSYTET
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 14 maja 2026 roku

w sprawie: przyjęcia planu i programu studiów dla kierunku Media Content & Creative Writing na rok akademicki 2026/2027

kierunek: Media Content & Creative Writing

poziom studiów: studia drugiego stopnia

forma studiów: stacjonarne

Rada Instytutu Filologii Polskiej w głosowaniu jawnym przyjęła plan i program studiów dla kierunku **Media Content & Creative Writing – studia stacjonarne drugiego stopnia**, które rozpoczną się w roku akademickim 2026/2027.

DYREKTOR
Instytutu Filologii Polskiej

dr hab. Piotr Kotodziej, prof. UKEN

Kraków, 30.04.2026 r.

Opinia Rady Jakości dla Kierunku Media Content & Creative Writing w sprawie planu studiów na rok akademicki 2026/2027 – studia stacjonarne

Rada Jakości Kształcenia, w składzie dr hab. Andrzej Franaszek prof. UKEN, dr Monika Kardasz, dr hab. Janusz Waligóra prof. UKEN, dr Patryk Szaj, dr Agnieszka Urbańczyk, mgr Maria Satchoń, mgr Ilona Sieradzka, Joanna Ciechorska i Karolina Michalska,

po zapoznaniu się z przedstawionym projektem nowego planu studiów na rok akademicki 2026/2027, **wyraża pozytywną opinię na temat jego założeń oraz struktury.**

Rada docenia w szczególności:

- spójność koncepcji kształcenia oraz logiczny układ przedmiotów w toku studiów,
- właściwe powiązanie efektów uczenia się z programem zajęć,
- uwzględnienie aktualnych trendów oraz potrzeb rynku pracy,
- dbałość o zrównoważenie obciążenia osób studiujących w poszczególnych semestrach.

Przedstawiony plan studiów stanowi przemyślaną i kompleksową propozycję.

Wyniki głosowania online: wszyscy na tak.

Heptelue MR

Kraków, 30 kwietnia 2026

Opinia Instytutowej Rady Samorządu Studentów

Instytutu Filologii Polskiej

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

w sprawie zaakceptowania nowego planu i programu studiów **Media Content & Creative Writing**

w ramach stacjonarnych studiów II stopnia o profilu ogólnoakademickim,

dotyczy edycji w roku akademickim 2026/2027.

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

Nawiązując do dokonanej analizy stanu faktycznego wyraża pozytywną opinię na temat proponowanych zmian w 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

Załącznik 1.

Karta studenckiej oceny 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
Wymiar, zasady i forma	Spełnione	Brak uwag

realizowanych praktyk zawodowych.		
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 Polnyga