

**PROGRAM STUDIÓW WYŻSZYCH
ROZPOCZYNAJĄCYCH SIĘ W ROKU AKADEMICKIM
2026/2027**

data przyjęcia przez Radę Instytutu

pieczęć i podpis dyrektora

.....

Studia wyższe na kierunku	Dziennikarstwo
Dziedzina/y	nauk społecznych; nauk humanistycznych,
Dyscyplina wiodąca (% udział)	Nauki o polityce i administracji (51%)
Pozostałe dyscypliny (% udział)	Nauki o komunikacji społecznej i mediach (30%); filozofia (10%); językoznawstwo (9%).
Kod ISCED	0321
Poziom	Drugi stopień
Profil	Praktyczny
Forma prowadzenia	Studia stacjonarne
Specjalności	- Dziennikarstwo sportowe - Immersive Media Production
Punkty ECTS	90
Czas realizacji (liczba semestrów)	3 semestry
Uzyskiwany tytuł zawodowy	magister
Warunki przyjęcia na studia	Dyplom ukończenia studiów wyższych I stopnia (tytuł licencjata) lub II stopnia lub jednolitych magisterskich (tytuł magistra) studiów o profilu ogólnoakademickim oraz praktycznym. Komisja rekrutacyjna bierze pod uwagę zamieszczoną na dyplomie ocenę. Kryterium rozstrzygające: przy jednakowych ocenach na dyplomach decyduje średnia arytmetyczna ocen ze studiów.

Efekty uczenia się

OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Opis zakładanych efektów uczenia się uwzględnia:

1. Uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia określone w załączniku do ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji
2. Charakterystyki drugiego stopnia określone w załączniku 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 w tym efektów uczenia się umożliwiających uzyskanie kompetencji inżynierskich.

Opis zakładanych efektów jest ujęty w trzech kategoriach:

WIEDZY (W):

WG – zakres i głębia - kompletność perspektywy poznawczej i zależności

WK – kontekst - uwarunkowania i skutki

UMIEJĘTNOŚCI (U)

UW – wykorzystanie wiedzy - rozwiązywane problemy i wykonywane zadania

UK – komunikowanie się - odbieranie i tworzenie wypowiedzi, upowszechnianie wiedzy w środowisku naukowym i posługiwanie się językiem obcym

UO – organizacja pracy - planowanie i praca zespołowa

UU – uczenie się - planowanie własnego rozwoju i rozwoju innych osób

KOMPETENCJI (K).

KK – oceny - krytyczne podejście

KO – odpowiedzialność - wypełnianie zobowiązań społecznych i działanie na rzecz interesu publicznego

KR – rola zawodowa - niezależność i rozwój etosu

Symbol efektu kierunkowego	Kierunkowe efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się PRK Symbol charakterystyk uniwersalnych I stopnia ¹ i II stopnia ²	Formy sprawdzania efektów uczenia się
WIEDZA (absolwent zna i rozumie)			
K_W01	Prezentuje pogłębioną wiedzę o mediach i komunikowaniu społecznym w zakresie teorii komunikowania zorientowaną na zastosowania praktyczne.	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, egzamin ustny, praca pisemna, dyskusja, projekt indywidualny
K_W02	Prezentuje pogłębioną i poszerzoną wiedzę o różnych kategoriach więzi społecznych i występujących między nimi prawidłowościach w szczególności w zakresie komunikacji społecznej.	P7U_W, P7S_WG	egzamin ustny, dyskusja, projekt grupowy, referat, esej, praca laboratoryjna, projekt indywidualny
K_W03	Prezentuje pogłębioną i ugruntowaną wiedzę o zmianach technologicznych i społecznych zachodzących w obszarze mediów i komunikowania społecznego.	P7U_W, P7S_WK	dyskusja, projekt grupowy, projekt indywidualny, referat, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna
K_W04	Prezentuje pogłębioną wiedzę o społecznym kontekście działań komunikacyjnych, rozumiejąc rolę mediów w budowaniu wspólnoty i organizowaniu struktur komunikowania	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, projekt grupowy, egzamin ustny, referat ćwiczenia

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

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).

	społecznego.		terenowe, praca laboratoryjna, projekt indywidualny, dyskusja
K_W05	Zna i omawia pojęcia z zakresu prawa prasowego, prawa autorskiego i ochrony własności intelektualnej.	P7U_W, P7S_WK	egzamin pisemny, projekt grupowy, referat, dyskusja, praca laboratoryjna, projekt indywidualny
K_W06	Prezentuje pogłębioną wiedzę o prawnych, etycznych, administracyjnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania mediów na różnych poziomach w Polsce i na świecie.	P7U_W, P7S_WG	egzamin pisemny, projekt indywidualny, egzamin pisemny, dyskusja, esej, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna, projekt grupowy
UMIEJĘTNOŚCI (absolwent umie i potrafi)			
K_U01	Przygotowuje i redaguje wypowiedzi prasowe różnych form i gatunków dziennikarskich.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, esej, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna
K_U02	Tworzy treści multimedialne z użyciem nowych technologii medialnych.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, referat, egzamin ustny, esej, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna, projekt indywidualny, dyskusja
K_U03	Posługuje się językiem obcym w zakresie wiedzy o mediach i komunikacji społecznej zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	P7U_U, P7S_UW	egzamin pisemny, dyskusja, referat,
K_U04	Zdobywa, interpretuje i ocenia informacje, rozumie i analizuje zjawiska społeczne z różnych źródeł w praktyce dziennikarskiej.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, dyskusja, referat, projekt indywidualny, egzamin ustny, esej, praca laboratoryjna
K_U05	Samodzielnie stosuje i rozwija zdobyte kompetencje komunikacyjne i dziennikarskie w dziedzinie prasy, radia, telewizji, Internetu, public relations i marketingu internetowego.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, projekt indywidualny, dyskusja, referat, praca laboratoryjna,
K_U06	Wykorzystuje zdobytą wiedzę językoznawczą, medialną i dziennikarską w celu rozwijania własnej kariery zawodowej w dziedzinie mediów i komunikacji społecznej.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, projekt indywidualny, dyskusja, referat
K_U07	Tworzy scenariusze audycji radiowych i telewizyjnych, konstruuje plany eventów, promocji, konferencji prasowych i innych działań (incentives) wspierających komunikację organizacji z otoczeniem.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, projekt indywidualny, pisemny, dyskusja.
K_U08	Samodzielnie przygotowuje i redaguje różne formy przekazów multimedialnych i prezentuje je w mediach społecznościowych.	P7U_U, P7S_UW	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna
K_U09	Samodzielnie ocenia własne działania i zachowania w obszarze komunikacji społecznej.	P7U_U, P7S_UW	projekt indywidualny, projekt grupowy, referat
K_U10	Stosuje aplikacje i funkcjonalności dostępne dzięki nowym technologiom w dziedzinie mediów i komunikacji społecznej.	P7U_U, P7S_UW	projekt indywidualny, projekt grupowy, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna, dyskusja
K_U11	Korzysta z wynikających z prawa prasowego, praw do tajemnicy dziennikarskiej oraz repliki i sprostowania.	P7U_U, P7S_UW	projekt indywidualny, projekt grupowy.

K_U12	Analizuje przebieg procesów i zjawisk społecznych z dziedziny mediów i komunikacji społecznej, ocenia skuteczność oddziaływania przekazów medialnych.	P7U_U, P7S_UW	dyskusja, projekt indywidualny, projekt grupowy, ćwiczenia terenowe, praca laboratoryjna
K_U13	Organizuje pracę i nadzór nad zespołami kreatywnymi.	P7U_U, P7S_UW	egzamin pisemny, dyskusja, projekt grupowy, praca laboratoryjna, projekt indywidualny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (absolwent jest gotów do)			
K_K01	Samodzielnie ocenia poziom swojej wiedzy i swoich umiejętności praktycznych a także uzupełnia je i pogłębia	P7U_K, P7S_KK	projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja, esej, ćwiczenia terenowe
K_K02	Dostrzega wagę postępowania etycznego w zawodzie dziennikarskim i innych zawodach związanych z komunikacją społeczną.	P7U_K, P7S_KK	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, esej, ćwiczenia terenowe
K_K03	Systematycznie gromadzi, analizuje, a następnie interpretuje i rozpowszechnia uzyskane informacje.	P7U_K, P7S_KK	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, esej
K_K04	Rozwija się, kształci i doskonali się w tworzeniu rzetelnego, obiektywnego i bezstronnego przekazu medialnego postrzeganej rzeczywistości.	P7U_K, P7S_KK	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, esej, ćwiczenia terenowe
K_K05	Inspiruje i organizuje proces rozszerzania kompetencji innych osób w zakresie umiejętności komunikacyjnych i odpowiedzialnego odbioru mediów.	P7U_K, P7S_KK	projekt grupowy, projekt indywidualny, dyskusja, ćwiczenia terenowe
K_K06	Określa priorytety i wartości informacyjne (news values) przekazywanych w obiegu publicznym informacji.	P7U_K, P7S_KK	projekt indywidualny, projekt grupowy, esej
K_K07	Działa aktywnie i skutecznie w grupach, instytucjach i organizacjach, wykorzystując umiejętności komunikacyjne.	P7U_K, P7S_KK	projekt grupowy, dyskusja, projekt indywidualny, ćwiczenia terenowe
K_K08	Wprowadza w obieg publiczny treści medialne, świadomy odpowiedzialności za ich jakość, rzetelność, ważność i wiarygodność.	P7U_K, P7S_KK	projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja, esej
K_K09	Uczestniczy w procesach społeczeństwa informacyjnego wykorzystując nowe technologie medialne dla własnego rozwoju i troski o dobro innych.	P7U_K, P7S_KK	projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja
K_K10	Uzupełnia i doskonali nabytą wiedzę i umiejętności z wykorzystaniem postępu technologicznego i rozwoju społeczeństwa informacyjnego i w szacunku dla własności intelektualnej treści medialnych.	P7U_K, P7S_KK	projekt indywidualny, projekt grupowy, dyskusja, esej

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
I. Nauki społeczne i humanistyczne w mediach		
Elementy filozofii mediów	- Podstawy ontologii i epistemologii mediów - Historia mediów przez pryzmat filozoficzny. - Krytyka kultury masowej i przemysłu kulturowego - Globalna wioska i teoria medium. - Wirtualizacja rzeczywistości i cyberkultura	K_W01, K_W03, K_W04, K_U04, K_U12, K_K09
Elementy socjologii mediów	- Socjologia mediów i teorie mediów. - Procesy i zmiana społeczna. - Socjologia Internetu – paradygmaty. - Typologie społeczeństw i kulturowe podstawy życia społecznego.	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U12, K_U13, K_K02, K_K04, K_K07, K_K08, K_K09

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	- Media i komunikacja społeczna (dyskurs medialny, medialne wizerunki, badanie mediów). - Nowe media i rozwój cyfrowych technologii komunikacyjnych; mediatyzacja polityki; polityka mediów.	
Podstawy wiedzy o państwie i prawie	- Nauka o państwie (geneza, istota, elementy oraz funkcje państwa). - System polityczny (partie polityczne, grupy interesu, społeczeństwo obywatelskie). - Istota i pojęcie prawa (prawa naturalne a prawo stanowione; pojęcie normy prawnej oraz jej budowa; przepis prawny a norma prawna). - Źródła prawa, system prawny oraz stosunek prawny i jego elementy. - Stosowanie i wykładnia praw (proces wykładni i stosowania prawa; odpowiedzialność prawna i jej rodzaje). - Prawa i wolności człowieka (główne dokumenty oraz instytucjonalne gwarancje ich ochrony).	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_U01, K_U02, K_K01, K_K03
Psychologia odbioru mediów	- Poznawcze i emocjonalne mechanizmy odbioru (jak uwaga, pamięć i percepcja wpływają na interpretację informacji medialnych). - Teorie komunikacji masowej i perswazji (modele oddziaływania mediów na postawy i zachowania odbiorców). - Nowe media i psychologia cyfrowa (wpływ algorytmów, social mediów oraz zjawisko tworzenia się "baniak informacyjnych"). - Krytyczne myślenie i kompetencje cyfrowe (rozwijanie umiejętności odcodowywania języka mediów i weryfikacji fake newsów). - Społeczny i psychologiczny kontekst (kwestie kreowania wizerunku w sieci, hejtu, uzależnienia od technologii oraz zagadnienia <i>selfie-kultury</i>).	K_W01, K_W04, K_U04, K_U06, K_K01, K_K09
II. Teoria i historia mediów oraz komunikowania		
Historia mediów	- Rozwój prasy i ewolucja zawodu dziennikarza (początki prasy drukowanej; narodziny nowoczesnego reportażu i publicystyki; agencje informacyjne) - Historia wolności słowa i systemów medialnych (cenzura i walka o wolność prasy; propaganda w systemach totalitarnych; ewolucja prawa prasowego). - Rewolucje technologiczne z perspektywy dziennikarza (era radia; era telewizji; dziennikarstwo internetowe). - Społeczne skutki rozwoju mediów (kształtowanie się opinii publicznej; kultura masowa i tabloidyżacja).	K_W02, K_W03, K_U04, K_K03, K_K06
Współczesne systemy medialne	- Podstawy teoretyczne (definiowanie pojęć oraz klasyfikacje mediów). - Modele systemów medialnych (prezentacja najważniejszych teorii oraz współczesnych modeli). - Uwarunkowania systemów (zależności między mediami a sferą polityczną, prawną, ekonomiczną oraz kulturową). - Przegląd globalny (porównawcza analiza funkcjonowania mediów w wybranych regionach)	K_W05, K_W06, K_U12, K_K03

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	świata, ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki polskiego rynku medialnego). - Wyzwania cyfrowe (wpływ konwergencji mediów, cyfryzacji, sztucznej inteligencji oraz Internetu i platform społecznościowych na tradycyjne systemy).	
Współczesne źródła informacji dziennikarskiej	- Klasyfikacja i typologia źródeł (tradycyjne i nowoczesne /rozróżnienie źródeł oficjalnych oraz nieoficjalnych; otwarte /OSINT/). - Weryfikacja i selekcja informacji (fact-checking; ocena wiarygodności; cyfrowe bezpieczeństwo). - Internet i Social Media w pracy dziennikarza (dziennikarstwo sieci; deepfakes i manipulacje). - Aspekty prawne i etyczne (prawo prasowe; etyka w mediach).	K_W01, K_W03, K_W06, K_U04, K_U10, K_K02, K_K07, K_K10
Nowe trendy w mediach	- Sztuczna inteligencja (AI) w mediach. - Ewolucja mediów społecznościowych. - Web 3.0 i Metawersum. - Audio i immersja. - Ekonomia twórców (<i>Creator Economy</i>). - Etyka i prawo w cyfrowym świecie.	K_W03, K_W06, K_U02, K_U10, K_U12, K_K02, K_K09
III. Język, styl i gatunki dziennikarskie		
Dziennikarstwo publicystyczne	- Teoria i istota publicystyki (definiowanie różnic między informacją a publicystyką, rola dziennikarza jako lidera opinii oraz funkcje mediów we współczesnym świecie). - Gatunki publicystyczne (szczegółowa analiza form takich jak: komentarz, artykuł publicystyczny, esej, felieton, recenzja, wywiad oraz debata). - Warsztat pisarski (metody argumentacji, techniki retoryczne, perswazja językowa, kompozycja tekstu oraz przyciąganie uwagi odbiorcy). - Etyka i prawo (prawne aspekty wolności słowa, granice krytyki, odpowiedzialność za słowo oraz dylematy etyczne i bezstronność).	K_W01, K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_U12, K_K02, K_K04, K_K08
Dziennikarstwo newsowe	- Podstawy warsztatu newsowego (zrozumienie reguły 5W oraz formułowanie leadu i poprawnej struktury artykułu informacyjnego). - Selekcja i weryfikacja informacji (odróżnianie informacji od opinii, praca z agencjami informacyjnymi, wykrywanie dezinformacji i fake newsów) - Gatunki dziennikarskie (krótkie formy takie jak notatka, wzmianka, relacja na żywo, sonda, wywiad newsowy czy depesza agencyjna). - Nowe media i multimedia (pisanie i optymalizacja treści pod kątem Internetu (SEO) oraz social mediów, w tym tworzenie krótkich materiałów wideo).	K_W01, K_W03, K_U01, K_U04, K_K08, K_K10
Retoryka erystyka i stylistyka dziennikarska	- Podstawy retoryki dziennikarskiej (istota retoryki; filary retoryki według Arystotelesa; pięć kanonów retoryki). - Erystyka w mediach (sztuka prowadzenia sporu i debaty; analiza chwytów erystycznych w dyskursie publicznym; etyka dziennikarska /granice między perswazją a manipulacją oraz rozpoznawanie nieetycznych praktyk komunikacyjnych/).	K_W04, K_U05, K_U06, K_K02, K_K03

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	- Stylistyka i pragmatyka tekstu (dostosowanie stylu wypowiedzi do konkretnego gatunku dziennikarskiego i grupy odbiorców; środki stylistyczne i retoryczne; kompozycja wypowiedzi).	
Fotografia dziennikarska	- Podstawy warsztatu (budowa aparatu, trójkąt ekspozycji, pomiar światła, praca z obiektywami, głębina ostrości). - Kompozycja i estetyka (kadrowanie, zasada trójpodziału, perspektywa, rytm i geometria w obrazie). - Gatunki fotodziennikarstwa (fotoreportaż, fotografia newsowa, portret prasowy, dokument, fotografia uliczna /street photo/). - Etyka i prawo w fotografii (prawa autorskie, prawo prasowe, wizerunek osób, etyczne granice fotomontażu i manipulacji obrazem). - Cyfrowa ciemnia (postprodukcja) (selekcja materiału, selekcja pod kątem publikacji, obróbka zachowująca standardy dziennikarskie).	K_W05, K_W06, K_U02, K_U08, K_U10, K_K02, K_K04, K_K08
IV. Warsztaty medialne		
Metody analizy mediów	- Metodologia badań (projektowanie badań, formułowanie pytań i hipotez badawczych oraz techniki doboru próby medialnej). - Analiza ilościowa (badanie częstotliwości występowania komunikatów oraz statystyczne opracowanie wyników). - Analiza jakościowa (interpretacja treści, w tym krytyczna analiza dyskursu, analiza semiotyczna, narracyjna oraz retoryczna). - Analiza przekazów audiowizualnych (narzędzia do badania języka filmu, telewizji oraz przekazów wielomodalnych). - Media cyfrowe (metody badania internetu, w tym analiza mediów społecznościowych, analiza sieci i odbiór komentarzy).	K_W02, K_W03, K_U01, K_U04, K_K03, K_K06
Warsztaty reportażu	- Przygotowanie materiału (warsztat dokumentacji, research, selekcja faktów i weryfikacja źródeł informacji). - Praca z bohaterem (techniki prowadzenia wywiadu dziennikarskiego, budowanie relacji z rozmówcą i autoryzacja wypowiedzi). - Konstrukcja tekstu (tworzenie kompozycji /lead, rozwinięcie, puenta/, dramaturgia opowieści i użycie narracji scenicznej). Styl i etyka (dbałość o realizm /faktografizm/, obiektywizm relacji, zasady prawa prasowego oraz unikanie błędów warsztatowych).	K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_U11, K_K03, K_K04, K_K02, K_K08
Warsztat rzecznika prasowego	- Rola i etyka rzecznika (prawne i etyczne aspekty zawodu, budowanie pozycji w strukturze organizacji). - Komunikacja kryzysowa (identyfikacja kryzysu, procedury antykryzysowe, tworzenie komunikatów dla mediów). - Praktyka pisania (tworzenie informacji prasowych, oświadczeń, sprostowań i artykułów sponsorowanych). - Wystąpienia publiczne i kontakt z mediami (techniki wywiadu, praca przed kamerą i mikrofonem, radzenie sobie z trudnymi pytaniami i stresem).	K_W04, K_W06, K_U01, K_U04, K_K01, K_K08

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	- Narzędzia PR i nowe media (wykorzystanie narzędzi cyfrowych, baz dziennikarskich, monitoring mediów oraz social media w pracy rzecznika).	
Symposium prezentacyjne	- Sztuka wystąpień publicznych. - Etykieta dziennikarska i prawo prasowe. - Narzędzia multimedialne: (przygotowanie i obsługa nowoczesnych pomocy wizualnych oraz cyfrowa edycja materiałów audiowizualnych). - Warsztat pytań i odpowiedzi (Q&A)/ Debaty oksfordzkie.	K_W05, K_W06, K_U05, K_U07, K_U02, K_U08, K_U10, K_K02, K_K07, K_K08
Telekonferencja ekspercka	- Przygotowanie merytoryczne (metodologia pozyskiwania i weryfikacji informacji, pogłębiony research ekspercki oraz analiza wiarygodności źródeł). - Techniki wywiadu i prowadzenia rozmowy (reguły prowadzenia dyskusji z profesjonalistami, techniki zadawania pytań, radzenie sobie z trudnym rozmówcą). - Warsztat prezentera/moderatora. - Case study (studia przypadków).	K_W06, K_U04, K_U01, K_U12, K_U11, K_K03, K_K04, K_K02, K_K08
Networking i wizyta studyjna	- Networking w pracy dziennikarza (dziennikarz a źródła informacji; networking w terenie; wizytówka i marka osobista; sztuka wywiadu i off-the-record; zarządzanie bazą kontaktów). - Wizyta studyjna w redakcji lub agencji medialnej (przygotowanie do wizyty; poznanie cyklu produkcyjnego; specyfika pracy w nowoczesnym studiu; spotkania z praktykami). - Zadanie praktyczne i zaliczenie (praca zaliczeniowa; analiza krytyczna).	K_W04, K_U05, K_U06, K_U04, K_U09, K_K07, K_K03, K_K08
V. Zarządzanie, PR i marketing		
PR i marketing cyfrowy	- Strategia i narzędzia Public Relations (e-PR; zarządzanie kryzysowe w sieci; Social Listening; Employer Branding). - Marketing cyfrowy /Digital Marketing/ (Content Marketing & SEO; Social Media Marketing; Influencer Marketing; reklama płatna). - Analityka i psychologia konsumenta (psychologia odbioru mediów; Web Analytics; e-content i zarządzanie stroną internetową).	K_W03, K_W04, K_W06, K_U10, K_U02, K_U08, K_U12, K_K09, K_K10
Zarządzanie projektami w mediach	- Podstawy i specyfika projektów medialnych. - Metodologie zwinne i tradycyjne. - Zarządzanie zespołem i kreatywnością. - Budżetowanie i harmonogramowanie. - Narzędzia wspomagające pracę. - Analiza i ewaluacja.	K_W03, K_W06, K_U07, K_U13, K_U10, K_U09, K_K07, K_K03, K_K10
Rynek e-contentu	- Ekonomia i mechaniki rynku. - Prawo i licencje. - Architektura treści. - AI i Innowacje w Contentcie. - E-edukacja i rynek wydawniczy. - Analityka i dystrybucja.	K_W06, K_W03, K_U02, K_U04, K_K09, K_K10
Podstawy przedsiębiorczości	- Gospodarka i rynek (mechanizmy rynkowe, formy konkurencji, rola państwa w gospodarce, inflacja i podatki). - Finanse osobiste i bankowość (zarządzanie budżetem domowym, inwestowanie, formy	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W06, K_U01, K_U02, K_U13, K_K01, K_K03

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	oszczędzania, kredyty i pożyczki, ubezpieczenia oraz zasady korzystania z usług bankowych). - Przedsiębiorstwo i rynek pracy (zakładanie i prowadzenie własnej firmy (kwestie prawne i logistyczne), biznesplan, marketing, źródła finansowania działalności). - Kompetencje społeczne i zawodowe (prawa pracownika i pracodawcy, negocjacje, autoprezentacja, tworzenie dokumentów aplikacyjnych oraz kreatywne rozwiązywanie problemów).	
VI. Prawo, ochrona własności i bezpieczeństwo		
Prawo i etyka mediów	- Prawo mediów (prawo prasowe i ustawa o radiofonii i telewizji; ochrona dóbr osobistych; prawo autorskie i pokrewne; odpowiedzialność prawna: cywilna i karna za przestępstwa popełnione za pośrednictwem mediów; regulacje dotyczące reklamy i PR. - Etyka i aksjologia mediów (zasady etyki dziennikarskiej; odpowiedzialność moralna; autonomia mediów; instytucje kontrolne).	K_W05, K_W06, K_U09, K_U11, K_K02, K_K03, K_K08, K_K09, K_K10
Ochrona własności intelektualnej	- Zasady ochrony praw autorskich i patentowych. - Znaczenie własności intelektualnej w dziennikarstwie.	K_W05, K_U09
Cyberbezpieczeństwo	- Cyberhigiena i ochrona warsztatu pracy (bezpieczna komunikacja, ochrona danych i sprzętu, praca w terenie). - Analiza informacji i weryfikacja treści (walka z dezinformacją, weryfikacja deepfake, biały wywiad /OSINT/). - Prawo i etyka w sieci (tajemnica dziennikarska w erze cyfrowej, prawa autorskie i wizerunek, hejt i cyberbullying).	K_W03, K_W04, K_U10, K_U12, K_K01, K_K10
VI. Języki obce, kursy fakultatywne i praktyki		
Moduł SCIENCE	- Poszerzanie wiedzy o dodatkowe treści specjalistyczne. - Rozwijanie indywidualnych zainteresowań - Pogłębienie wybranych zagadnień z lub spoza program studiów.	K_W04, K_U06, K_U05, K_U09, K_K01, K_K10
Kurs fakultatywny I, II, III	- Treści ustalane przez prowadzącego zgodnie z aktualną ofertą kursów fakultatywnych. - Poszerzenie wiedzy w wybranej dziedzinie nauk społecznych lub humanistycznych. - Rozwijanie interdyscyplinarnych kompetencji analitycznych i zawodowych. - Samodzielna praca projektowa lub badawcza w ramach kursu.	K_W04, K_U04, K_U05, K_K01, K_K03
Translatorium języka angielskiego	- Praktyczne doskonalenie warsztatu translatorskiego. Tłumaczenie tekstów z języka angielskiego na polski oraz z polskiego na angielski, a także naukę krytycznej analizy przekładu: analiza tekstu i ekwiwalencja, tłumaczenia specjalistyczne, warsztat pisemny i redakcja, praca z mediami, etyka i narzędzia pracy.	K_W05, K_U03, K_U05, K_K10
Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym,	- Student bezpośrednio pozyskuje doświadczenie i praktyczną wiedzę dotyczącą	K_U05, K_U06, K_U09, K_K01, K_K02, K_K03

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
portalu internetowym lub innych mediach	zasad, organizacji i mechanizmów funkcjonowania instytucji, organizacji, zakładów i innych jednostek organizacyjnych, w których odbywają się praktyki. - Student pogłębia wiadomości przekazywane w toku zajęć dydaktycznych i konfrontuje je z praktyką. - Praktyki studenckie przyczyniają się do efektywnego i etycznie odpowiedzialnego działania w życiu zawodowym, do rozwijania aktywności, wyzwolenia indywidualnej kreatywności i przedsiębiorczości studenta, ale także do rozwijania umiejętności komunikowania się i zespołowej współpracy. - Praktyki studenckie umożliwiają poznanie specyfiki pracy na różnych stanowiskach, w instytucjach i przedsiębiorstwach związanych z kierunkiem studiów. - Student podczas praktyk ma możliwość poznania własnych możliwości na rynku pracy, nawiązania kontaktów zawodowych, umożliwiających wykorzystanie ich w momencie przygotowywania pracy dyplomowej oraz w późniejszym poszukiwaniu pracy.	
VII. Seminarium i praca dyplomowa		
Seminarium magisterskie (1-2)	- Koncepcja pracy magisterskiej i problematyki badawczej. - Literatura naukowej związanej z tematyką pracy; wskazówki w doborze. - Doskonalenie warsztatu badawczego i metod analizy danych. - Redagowanie tekstu naukowego zgodnie z wymogami akademickimi. - Przygotowanie do obrony pracy magisterskiej.	K_W01, K_U04, K_U06, K_U12, K_K01, K_K03, K_K04
Praca magisterska	- Weryfikacja wiedzy kierunkowej zdobytej podczas studiów, w tym wiedzy z zakresu tematycznego związanego ze studiowaną specjalnością. - Ocena umiejętności analizy problemów organizacyjnych i społecznych. - Prezentacja wyników badań i wniosków z pracy dyplomowej. - Weryfikacja kompetencji komunikacyjnych i argumentacyjnych absolwenta.	K_W01, K_W04, K_U04, K_U05, K_K01, K_K03, K_K04
VIII. Specjalność: Dziennikarstwo sportowe		
Nowe technologie w dziennikarstwie sportowym	- Praktyczne wykorzystanie nowoczesnych narzędzi cyfrowych w warsztacie reportera: sztuczna inteligencja (AI) i Big Data, zaawansowana analityka i systemy <i>trackingowe</i>, wideo i transmisje nowej generacji, e-sport, Streaming i Social Media.	K_W02, K_U01, K_K03
Media watching i fact-checking	- Analiza przekazów, wykrywanie manipulacji oraz techniki weryfikacji informacji: dezinformacja i misinformacja, narzędzia Media Watchingu, metodologia fact-checkingu (Ante hoc i Post hoc), warsztat śledczy i OSINT (Open Source Intelligence), analiza wiarygodności źródeł, etyka weryfikacji i prawo prasowe.	K_W02, K_W03, K_U01, K_K03,
Wywiad sportowy	- Przygotowanie do prowadzenia rozmów ze	K_W01, K_W02, K_U01, K_U02,

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
	środowiskiem sportowym: podstawy teoretyczne wywiadu, przygotowanie do wywiadu, technika i psychologia prowadzenia rozmowy, specyfika pracy w mediach. - Warsztat praktyczny (symulacje wywiadów pomeczowych w strefie mieszanej, przygotowanie i prowadzenie wywiadów telewizyjnych na żywo, analizy krytyczne istniejących wywiadów ze świata sportu).	K_K03
Komentarz sportowy	- Nauka warsztatu mowy, technik relacjonowania oraz analiza języka mediów: podstawy teoretyczne i gatunki, warsztat komentatora, język i retoryka, specyfika mediów, role antenowe.	K_W01, K_W02, K_U02, K_U03, K_K03
Historia sportu	- Przekrojowa wiedza od starożytności do współczesności: kultura fizyczna w starożytności, średniowiecze i renesans, narodziny nowożytnego sportu, nowożytny Ruch Olimpijski, rozwój dyscyplin sportowych, sport w Polsce, społeczno-polityczne aspekty sportu.	K_W03, K_U01, K_K01
Sport management	- Biznes, prawo i marketingu ze specyfiką rynku sportowego. - Zarządzanie i ekonomia w branży sportowej (podstawy zarządzania, finanse w sporcie, zarządzanie obiektami) - Marketing i PR w sporcie (marketing sportowy, sponsoring, komunikacja i Social Media). - Prawo i etyka w sporcie (prawo sportowe, aspekty prawne wydarzeń). - Organizacja wydarzeń i sport wyczynowy (Event Management, zarządzanie klubem i zespołem). - Analityka i nowe technologie (Data Science w sporcie, systemy IT w sporcie).	K_W02, K_W03, K_U01, K_K03
Reportaż sportowy	- Warsztat i specyfika gatunku (istota reportażu sportowego; język i styl; konstrukcja tekstu). - Przygotowanie do realizacji /Research/ (dokumentacja; metody zbierania materiału; etyka w dziennikarstwie sportowym). - Realizacja w mediach /praca na warsztatach/ (reportaż prasowy i internetowy; reportaż radiowy; reportaż telewizyjny i wideo). - Gatunki pokrewne i formy specjalne (sylwetki sportowców i biografie /tzw. <i>human story</i>/; reportaże o tematyce społecznej; twórczość dokumentalna wideo jako rozbudowana forma reportażu).	K_W01, K_W06, K_U01, K_U02, K_U04, K_U08, K_K02, K_K08

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
Wizerunek sportowy	- Podstawy wizerunku i marki osobistej (wprowadzenie do pojęć image, tożsamości i reputacji w świecie sportu). - Autoprezentacja i komunikacja (zasady wystąpień publicznych, sztuka przeprowadzania wywiadów, mowa ciała oraz relacje z dziennikarzami). - Budowanie marki w mediach społecznościowych (narzędzia i strategię zarządzania profilami w celu angażowania fanów i budowania bazy kibiców). - Wizerunek a marketing i sponsoring (wykorzystanie wizerunku sportowca w działaniach reklamowych i budowanie wartości rynkowej marki, która jest atrakcyjna dla potencjalnych sponsorów). - Zarządzanie kryzysowe w sporcie (reagowanie na sytuacje kryzysowe, strategię naprawcze i ochrona reputacji). - Aspekty prawne (prawne uwarunkowania wykorzystania wizerunku sportowców i trenerów, prawa autorskie oraz umowy sponsorskie). - Etyka i psychologia wizerunku (znajomość postaw etycznych oraz mentalności sportowca w kontekście odbioru społecznego).	K_W01, K_W02, K_U01, K_U02, K_K03
Media sportowe	- Wprowadzenie i historia (ewolucja mediów sportowych, od prasy po nowoczesne platformy cyfrowe). - Ekonomia i biznes (prawa do transmisji wydarzeń, sponsoring, rola marketingu oraz Public Relations). - Analiza przekazu (prawne i etyczne aspekty dziennikarstwa sportowego oraz budowanie wizerunku organizacji). - Nowe technologie (znaczenie mediów społecznościowych, streamingu, e-sportu i gamingu w promocji sportu).	K_W03, K_W04, K_U04, K_U10, K_K06, K_K09
Gaming i e-sport	- Teoria i historia gamingu. - Trening i kompetencje e-sportowe. - Psychologia i higiena cyfrowa. - Zarządzanie, marketing i technologie.	K_W03, K_W04, K_U02, K_U05, K_U12, K_K09, K_K10
Fotografia sportowa	- Wymogi sprzętowe i technologia (dobór sprzętu; optyka; systemy AF). - Warsztat i parametry ekspozycji (zamrażanie i rejestracja ruchu; kreatywne techniki; tryby pomiaru światła i ekspozycja). - Kompozycja i percepcja w sporcie (zasady kadrowania; przewidywanie wydarzeń). - Fotoreportaż i praca na zlecenie (selekcja i edycja /fotoedycja/; wymogi redakcyjne; etyka i przepisy).	K_W03, K_W06, K_U02, K_U08, K_U11, K_K03, K_K04
Capstone project	- Faza koncepcyjna i badawcza (wybór formy i tematu; research dziennikarski; planowanie logistyczne). - Warsztat i realizacja /produkcja/ (praca w terenie i studio; techniki redakcyjne; etyka i prawo mediów). - Postprodukcja i dystrybucja (finalny montaż i korekta; strategia publikacji; promocja projektu).	K_W03, K_W06, K_U04, K_U08, K_U11, K_K03, K_K07
IX. Specjalność: Immersive Media Production		

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
Prawo autorskie i audiowizualne	- Prawo autorskie (pojęcie utworu; katalog utworów; podmioty prawa; treść prawa autorskiego). - Prawa pokrewne i obrót prawami (prawa pokrewne; umowy w prawie autorskim; organizacja obrotu). - Prawo audiowizualne /dzieła filmowego/ (status utworu audiowizualnego; prawa twórców dzieła filmowego; umowy o dzieło audiowizualne; producenci i dystrybucja). - Ograniczenia praw i odpowiedzialność (dozwolony użytek; dozwolony użytek w świecie cyfrowym; ochrona prawna; licencje otwarte).	K_W03, K_W06, K_U04, K_U11, K_K02, K_K08
Media watching i fact-checking	- Warsztat dziennikarski a weryfikacja (Fact-checking): weryfikacja źródeł /Source checking/, analiza wypowiedzi publicznych, standardy IFCN, dziennikarstwo śledcze a OSINT. - Krytyczna obserwacja mediów (Media watching): monitoring i krytyka mediów, anatomia fake newsa, mechanizmy sieciowe (badanie wpływu algorytmów), fact-checking w erze sztucznej inteligencji.	K_W02, K_W03, K_U01, K_K03,
Immersja w filmie i dziennikarstwie	- Teoria narracji immersyjnej (istota immersji; dziennikarstwie ewolucja opowiadania historii; rola odbiorcy). - Narzędzia i technologie (sprzęt; oprogramowanie; projektowanie interakcji). - Dziennikarstwo immersyjne /Storytelling w praktyce/ (reportaż immersyjny; etyka w immersji; gatunki dziennikarskie w VR). - Sztuka i język filmu immersyjnego (nowy język wizualny; udźwiękowienie przestrzenne; scenopisarstwo interaktywne)	K_W01, K_W03, K_U02, K_U12, K_K04, K_K09
Wprowadzenie do systemów produkcji telewizyjnej i filmowej	- Specyfika systemów produkcyjnych (produkcja telewizyjna; produkcja filmowa). - Formaty telewizyjne i filmowe (omówienie różnych form telewizyjnych; technologie stosowane w różnych dziełach audiowizualnych). - Fazy procesu produkcyjnego (preprodukcja; produkcja /zdjęcia/; postprodukcja). - Sprzęt i technologie (podstawy technicznego wyposażenia studiów telewizyjnych i planów filmowych; współczesne technologie cyfrowe zmieniające oblicze produkcji audiowizualnej). - Organizacja i prawo w produkcji (struktura zespołu produkcyjnego i podział ról; podstawy prawa autorskiego, prawa pracy na planie i kwestie pozwoleń).	K_W03, K_W06, K_U02, K_U07, K_K03, K_K04
Struktura sektora kreatywnego i sektora MICE	- Ekosystem Sektora Kreatywnego (definicje i struktura; ekonomia kultury; finansowanie i rozwój). - Architektura Sektora MICE (istota turystyki biznesowej; interesariusze branży; standardy i stowarzyszenia). - Fuzja Sektora Kreatywnego z MICE (wydarzenia hybrydowe; zarządzanie eventem; Incentive Travel). - Narzędzia biznesowe i zarządzanie (Event Marketing; rynek i trendy; mierzenie efektywności)	K_W04, K_W06, K_U07, K_U12; K_K06, K_K07

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
Warsztaty realizacyjne I (dokumentacja, scenariusz, scenopis, treatment, pitching)	- Dokumentacja i research (gromadzenie materiałów; realia produkcyjne; zarys postaci i świata). - Treatment /literacki opis projektu/ (konstrukcja opowiadania; rozwój fabuły; formatowanie). - Scenariusz (struktura dramatyczna; konstrukcja dialogu i akcji; formatowanie scenariusza). - Scenopis /reżyserski plan zdjęciowy/ (język wizualny; podział na ujęcia; praca z kamerą i dźwiękiem). - Pitching /autoprezentacja i sprzedaż/ (Pitch Deck / One-Pager; sztuka autoprezentacji; przygotowanie ustne).	K_W01, K_W03, K_U01, K_U05; K_K03, K_K08
Historia twórczości wizualnej	- Klasyczna historia sztuki /od starożytności do modernizmu/ (Sztuka dawna; Średniowiecze i Renesans; Nowożytność). - Sztuka nowoczesna i współczesna (przełom XIX i XX wieku; Awangarda XX wieku; sztuka po 1945 roku). - Teoria i kultura wizualna (analiza dzieła sztuki; ikonologia i ikonografia; estetyka). - Twórczość wizualna w dobie nowych mediów (fotografia artystyczna, film, video-art, sztuka cyfrowa; wpływ kultury masowej i cyfrowej na komunikację wizualną).	K_W01, K_W03, K_U04, K_U12, K_K04, K_K10
AI w produkcji medialnej	- Wprowadzenie do AI w mediach (zrozumienie podstaw działania sztucznej inteligencji ; rola AI jako narzędzia wspierającego proces twórczy, a nie zastępującego twórcę). - Preprodukcja i przygotowanie projektu. - Generowanie i edycja obrazu wideo. - Dźwięk i postprodukcja. · Efekty wizualne (VFX) i wirtualna produkcja. · Aspekty etyczne i prawne.	K_W03, K_W06, K_U02, K_U10, K_K02, K_K09
Warsztaty realizacyjne II (content, montaż, post-produkcja, efekty specjalne)	- Content /tworzenie treści/ (development i scenopisarstwo; przygotowanie do produkcji; organizacja planu; realizacja). - Montaż (selekcja materiału i organizacja; narracja i technika montażu; montaż dźwięku; narzędzia). - Post-produkcja (Color Grading i Color Correction; kompozycja obrazu; przygotowanie napisów i grafik; eksport i archiwizacja). - Efekty specjalne /VFX/ (wprowadzenie do VFX; kompozytowanie i motion tracking; zastosowanie efektów; wizualizacja)	K_W03, K_W06, K_U02, K_U08, K_K07, K_K08
Marketing cyfrowy i rynek e-contentu wideo	- Podstawy marketingu cyfrowego (Digital Marketing). - Rynek i specyfika e-contentu wideo. - Produkcja i strategia treści wideo (Video Content Marketing). - Dystrybucja, promocja i monetyzacja e-contentu. - Analityka i mierzenie efektywności.	K_W03, K_W06, K_U04, K_U10, K_K06, K_K09
Multimedialny storytelling	- Podstawy i teoria narracji. - Narzędzia i formaty multimedialne. - Projektowanie doświadczeń użytkownika (UX). - Wideo i audio w storytellingu. - Dystrybucja i promocja. - Realizacja projektów (warsztat).	K_W01, K_W04, K_U02, K_U12; K_K03, K_K08

Grupa przedmiotów / przedmiot	Treści programowe	Efekty uczenia się
Capstone project – warsztaty kreatywne i networkingowe	- Immersyjny Storytelling i Dziennikarstwo Wrażeń (Experiential Journalism). - Zaawansowana produkcja technologiczna (Warsztaty kreatywne). - Networking i Dziennikarstwo Współpracy. - Komerccjalizacja, Pitching i dystrybucja Mediów Nowej Generacji.	K_W03, K_W04, K_U07, K_U13, K_K01, K_K07

Wskazanie związków z misją uczelni i strategią jej rozwoju	Kierunek Dziennikarstwo II stopnia na Uniwersytecie Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie stanowi bezpośrednią realizację misji Uczelni, której fundamentem jest prowadzenie badań naukowych, przekazywanie wiedzy oraz służba społeczeństwu poprzez kształcenie zgodne z najwyższymi europejskimi standardami akademickimi. Program studiów wpisuje się w naukowo-badawczy profil Uniwersytetu, rozwijając kompetencje studentów w obszarze zaawansowanej analizy mediów, komunikacji społecznej oraz praktyk dziennikarskich osadzonych w dynamicznie zmieniającym się środowisku cyfrowym. Studia II stopnia w zakresie dziennikarstwa stanowią naturalną kontynuację i pogłębienie kształcenia licencjackiego, umożliwiając rozwój zaawansowanych kompetencji badawczych, analitycznych i projektowych. Program łączy pogłębioną refleksję teoretyczną z wysokospecjalistycznymi modułami praktycznymi, odpowiadając tym samym na strategiczny cel Uczelni dotyczący podnoszenia jakości kształcenia oraz wdrażania innowacyjnych metod dydaktycznych. W szczególności uwzględnia on rozwój kompetencji w zakresie analizy zjawisk medialnych, produkcji treści multimedialnych, fact-checkingu, zarządzania informacją oraz wykorzystania nowoczesnych technologii, w tym sztucznej inteligencji. Kierunek realizuje również założenia Strategii Rozwoju Uniwersytetu w zakresie wspierania badań interdyscyplinarnych i tworzenia wspólnych przestrzeni naukowo-dydaktycznych. Dziennikarstwo II stopnia integruje wiedzę z zakresu pedagogiki, nauk o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwa, psychologii, nauk o polityce oraz zarządzania, a także technologii cyfrowych i przemysłów kreatywnych. Taka konstrukcja programu umożliwia analizę złożonych procesów komunikacyjnych w ujęciu wieloaspektowym, odpowiadając na potrzeby współczesnych badań nad mediami oraz praktyki zawodowej. Istotnym elementem uzasadnienia jest także silne powiązanie kierunku z otoczeniem społeczno-gospodarczym. Absolwenci studiów II stopnia są przygotowani do pełnienia zaawansowanych ról zawodowych w instytucjach medialnych, redakcjach, agencjach public relations, jednostkach administracji publicznej, organizacjach pozarządowych oraz w sektorze kreatywnym i nowych mediów. Uzyskują kompetencje pozwalające nie tylko na wykonywanie zadań operacyjnych, lecz także na projektowanie strategii komunikacyjnych, zarządzanie informacją oraz analizę wpływu mediów na społeczeństwo. W konsekwencji kierunek Dziennikarstwo II stopnia stanowi istotne i uzasadnione rozszerzenie oferty dydaktycznej Uniwersytetu, odpowiadające na potrzeby współczesnego rynku mediów i komunikacji.
Sylwetka absolwenta	Absolwent kierunku Dziennikarstwo II stopnia uzyskał niezbędną wiedzę i umiejętności praktyczne z zakresu możliwych pól zastosowania nowoczesnych technologii komunikacyjnych, metod, technik i narzędzi komunikowania, stosowanych w dziennikarstwie. Absolwent zdobył zbilansowane informacje głównie w dziedzinie nauk społecznych, ale także nauk humanistycznych. Posiada umiejętność stosowania w praktyce zdobytej wiedzy o komunikacji interpersonalnej, technikach komunikowania poprzez media, z użyciem narzędzi informatycznych, technologii mobilnych i interaktywnych, metod prezentacji multimedialnej, ze szczególnym uwzględnieniem zaawansowanych prezentacji graficznych oraz technik digitalizacji i wizualizacji danych. Studia na kierunku Dziennikarstwo są studiami o profilu praktycznym, na który składają się liczne zajęcia warsztatowe realizowane w specjalistycznych pracowniach i laboratoriach nowych technologii medialnych, praktyki zawodowe oraz warsztaty projektowe organizowane przez Instytut Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych. Absolwent zna mechanizmy i techniki przekazu informacji oraz

	tworzenia treści w zastosowaniu do różnych form i gatunków dziennikarskich. Absolwent uzyskał poziom B2+ biegłości w języku angielskim w szczególności w zastosowaniach komunikacyjnych.
Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe	Program studiów dał absolwentom Dziennikarstwa przygotowanie do kompetentnej dziennikarskiej działalności zawodowej zarówno w instytucjach sektora publicznego, jak i w jednostkach komercyjnych, w sferze mediów z ich otoczką biznesową oraz w organizacjach pozarządowych. Absolwenci, dzięki zdobytym praktycznym umiejętnościom projektowania i przekazu informacji mogą zostać zatrudnieni w redakcjach, agencjach prasowych, agencjach public relations, agencjach reklamowych i brandingowych, ośrodkach badań społecznych i badania rynku, w biurach prasowych, zespołach negocjacji społecznych i mediacji kulturowej. Ze względu na uzyskane specjalistyczne, pogłębione i zaawansowane, praktyczne i profesjonalne kompetencje z zakresu wykorzystania najnowszych technologii informacyjnych i graficznych absolwenci kierunku Dziennikarstwo uzyskali możliwość pracy w zespołach digitalizacyjnych, w tym z wykorzystaniem technologii VR, w jednostkach opracowujących wizualizacje big data, w działach grafiki komputerowej, w laboratoriach technologii internetowych, laboratoriach produkcji obrazu, a także w powstających laboratoriach wirtualnej rzeczywistości i zespołach produkcji treści dla potrzeb edukacyjnych, informacyjnych, rozrywkowych i komercyjnych. Uzyskane umiejętności, dzięki połączeniu nauk o polityce i administracji, nauk o komunikacji społecznej i mediach z elementami dziennikarstwa i marketingu z technologią komunikacji i multimediiów, będą odpowiedzią na zapotrzebowanie rynku. Absolwent Dziennikarstwa uzyskał dzięki temu możliwość pracy w firmach budujących przewagę konkurencyjną za pomocą metod komputerowych i komunikacji wspomaganej najnowszą technologią.
Dostęp do dalszych studiów	Uzyskany tytuł magistra umożliwia aplikowanie o przyjęcie do Szkoły Doktorskiej lub na studia podyplomowe.

Jednostka badawczo-dydaktyczna właściwa merytorycznie dla tych studiów	Instytut Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych
--	--

Podsumowanie:

Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	3 semestry i 90 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i osoby studiującej	1130
Łączna liczba punktów ECTS, jaką osoba studiująca musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	45
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	76
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	51
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	12
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	240
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	0
Łączna liczba godzin zajęć na studiach prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	21
Łączna liczba godzin zajęć / punktów ECTS kształcenia w zakresie języków obcych	15/1
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)	84%

W przypadku kształcenia prowadzonego w zakresie przygotowania do wykonywania zawodu nauczyciela (Rozporządzenie Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 25 lipca 2019 r. w sprawie standardu kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela Dz. U. 2024 poz. 453) – należy dołączyć matrycę dopasowania zajęć z planu (harmonogramu realizacji programu studiów) do określonej grupy zajęć ze standardu kształcenia nauczycieli.

DZIENNIKARSTWO
studia stacjonarne II-stopnia

PLAN STUDIÓW W UKŁADZIE SEMESTRALNYM

od roku akademickiego 2026/2027

Semestr I

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/Z O/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Elementy socjologii mediów	12							12	Z	1
Elementy filozofii mediów	12							12	Z	1
Podstawy wiedzy o państwie i prawie	20							20	E	2
Historia mediów	12							12	Z	1
Dziennikarstwo newsowe			20					20	ZO	2
Dziennikarstwo publicystyczne			20					20	ZO	2
Nowe trendy w mediach	20							20	Z	2
Współczesne systemy medialne	20							20	E	2
Retoryka, erystyka i stylistyka dziennikarska			20					20	ZO	2
	96		60					156	2/3/4	15

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/Z O/Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Moduł SCIENCE	15							15	Z	1
Kurs specjalnościowy I A		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy I B		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy I C			20					20	ZO	2
Kurs specjalnościowy I D			20					20	ZO	2
Kurs fakultatywny I	20							20	Z	2
	35	40	40					115	-2/4	11

Kurs fakultatywny do wyboru (jeden kurs fakultatywny wybrany spoza obranej specjalności):
pula I:

nazwa kursu
Kurs fakultatywny 1 (dziennikarstwo obywatelskie)
Kurs fakultatywny 2 (dziennikarstwo śledcze)
Kurs fakultatywny 3 (dziennikarstwo sportowe)
Kurs fakultatywny 4 (nowe technologie medialne)
Kurs fakultatywny 5 (dziennikarstwo life style)
Kurs fakultatywny 6 (dziennikarstwo danych)
Kurs fakultatywny 7 (inne)

Praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

Sem	nazwa praktyki	godz	tyg.	forma zaliczenia	punkty ECTS
1	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, redakcji, portalu internetowym lub innych mediach	80	4	Z	4
					4

Pozostałe zajęcia

rodzaj zajęć	godz	punkty ECTS
Szkolenie z zakresu BHK (zdalnie)	4	-
Szkolenie biblioteczne (zdalnie)	2	-
		-

Semestr II

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/Z O/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Cyberbezpieczeństwo	12							12	Z	1
Prawo i etyka mediów	20							20	E	2
PR i marketing cyfrowy			20					20	ZO	2
Współczesne źródła informacji dziennikarskiej			20					20	ZO	2
Fotografia dziennikarska			20					20	ZO	1
Metody analizy mediów		12						12	Z	1
Zarządzanie projektami w mediach		12						12	Z	1
Warsztaty reportażu			20					20	ZO	2
Ochrona własności intelektualnej							15	15	Z	1
	32	24	80				15	151	1/4/4	13

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/Z O/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Kurs specjalnościowy II A		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy II B		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy II C			20					20	ZO	2
Kurs specjalnościowy II D			20					20	ZO	2
Kurs fakultatywny II	20							20	Z	2
Seminarium magisterskie - 1					30			30	Z	3
	20	40	40		30			130	-/2/4	13

Kurs fakultatywny do wyboru (jeden kurs fakultatywny wybrany spoza obranej specjalności):
pula II:

nazwa kursu
Kurs fakultatywny 1 (dziennikarstwo obywatelskie)
Kurs fakultatywny 2 (dziennikarstwo śledcze)
Kurs fakultatywny 3 (dziennikarstwo sportowe)
Kurs fakultatywny 4 (nowe technologie medialne)
Kurs fakultatywny 5 (dziennikarstwo life style)
Kurs fakultatywny 6 (dziennikarstwo danych)
Kurs fakultatywny 7 (inne)

Praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

Sem	nazwa praktyki	godz	tyg.	forma zaliczenia	punkty ECTS
2	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, redakcji, portalu internetowym lub innych mediach	80	4	Z	4
					4

Semestr III

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/Z O/Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Rynek e-contentu			12					12	ZO	1
Psychologia odbioru mediów	20							20	E	2
Warsztat rzecznika prasowego			12					12	ZO	1
Podstawy przedsiębiorczości	15							15	Z	1
Translatorium języka angielskiego			15					15	Z	1
Symposium prezentacyjne		10						10	Z	1
	35	10	39					84	1/2/3	7

Kursy do wyboru

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/Z O/Z	punkt y ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Kurs specjalnościowy III A		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy III B		20						20	Z	2
Kurs specjalnościowy III C			20					20	ZO	2
Kurs specjalnościowy III D			20					20	ZO	2
Kurs fakultatywny III	20							20	Z	2
Telekonferencja ekspercka			10					10	Z	1
Networking i wizyta studyjna			10					10	Z	1
Seminarium magisterskie - 2					30			30	Z	3
	20	40	60		30			150	-/2/6	15

Kurs fakultatywny do wyboru (jeden kurs fakultatywny wybrany spoza obranej specjalności):
pula III:

nazwa kursu
Kurs fakultatywny 1 (dziennikarstwo obywatelskie)
Kurs fakultatywny 2 (dziennikarstwo śledcze)
Kurs fakultatywny 3 (dziennikarstwo sportowe)
Kurs fakultatywny 4 (nowe technologie medialne)
Kurs fakultatywny 5 (dziennikarstwo life style)
Kurs fakultatywny 6 (dziennikarstwo danych)
Kurs fakultatywny 7 (inne)

Praktyki zawodowe (pozapedagogiczne)

Sem	nazwa praktyki	godz	tyg.	forma zaliczenia	punkty ECTS
3	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, redakcji, portalu internetowym lub innych mediach	80	4	Z	4
					4

Praca magisterska i jej obrona:

Tematyka	Punkty ECTS
Student przygotowuje pracę magisterską w oparciu o wiedzę zdobytą w trakcie studiów pod opieką promotora, realizując badania i redagując kolejne rozdziały przy uwzględnieniu podstawowej i najnowszej literatury przedmiotu. Integralną częścią pracy magisterskiej może być opis i prezentacja praktycznego projektu medialnego. Zakres tematyczny związany jest ze studiowaną specjalnością i dziedziną nauk społecznych. Proces recenzyjny, ustalanie ocen i obrona pracy magisterskiej odbywają się według zasad uzgodnionych i przyjętych w Instytucie Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych.	4

Informacje uzupełniające:

praktyki zawodowe (pozapedagogiczne):

sem.	nazwa praktyki (rodzaj i zakres oraz miejsce realizacji)	tyg.	godz.	termin i system realizacji praktyki
(I)	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, redakcji, portalu internetowym lub innych mediach	4	80	I semestr, przygotowanie do praktyki, praktyka ciągła, sprawozdanie z praktyki
(II)	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, portalu internetowym lub innych mediach	4	80	II semestr, przygotowanie do praktyki, praktyka ciągła, sprawozdanie z praktyki
(III)	Praktyka ciągła w wydawnictwie prasowym, portalu internetowym lub innych mediach	4	80	III semestr, przygotowanie do praktyki, praktyka ciągła, sprawozdanie z praktyki
-		12	240	

Moduły/ kursy do wyboru

Nazwa modułu	punkty ECTS
Moduł SCIENCE	1
Kurs specjalnościowy I A	2
Kurs specjalnościowy I B	2
Kurs specjalnościowy I C	2
Kurs specjalnościowy I D	2
Kurs fakultatywny I	2
Kurs specjalnościowy II A	2
Kurs specjalnościowy II B	2
Kurs specjalnościowy II C	2
Kurs specjalnościowy II D	2
Kurs fakultatywny II	2
Kurs specjalnościowy III A	2
Kurs specjalnościowy III B	2
Kurs specjalnościowy III C	2
Kurs specjalnościowy III D	2
Kurs fakultatywny III	2
Telekonferencja ekspercka	1
Networking i wizyta studyjna	1
Seminarium magisterskie	6
Praktyka zawodowa	12
razem	51

PROGRAM SPECJALNOŚCI

Nazwa specjalności	Dziennikarstwo sportowe
--------------------	--------------------------------

Liczba punktów ECTS	24
---------------------	-----------

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwent specjalności o nazwie Dziennikarstwo sportowe na kierunku Dziennikarstwo II stopnia jest przygotowany do pełnienia roli dziennikarza sportowego. W tym celu został wyposażony w specjalistyczną wiedzę, umiejętności i kompetencje zawodowe oraz społeczne, potrzebne do pogłębionego rozumienia uprawiania sportu jako formy rozwijania osobistych oraz społecznych predyspozycji i sprawności. Zyskał umiejętność redagowania werbalnych i multimedialnych wywiadów, komentarzy, reportaży sportowych oraz prezentowania w mediach wizerunków sportowców. Umie też wykorzystać nowe technologie do relacjonowania na żywo transmisji sportowych i e-sportu, aby umożliwić kibicom interaktywny dostęp do rozgrywek – np. wykorzystuje platformy streamingowe, aplikacje mobilne, media społecznościowe jak Twitter, Facebook, Instagram, TikTok.

Absolwent poznał też zastosowania VR, AR, animacji 3D, interaktywnych map stadionów w celu polepszania wizualizacji, ułatwiania kibicom orientacji, umożliwiania im interaktywnego dopingowania sportowców i doświadczania stadionowych emocji w wirtualnej rzeczywistości. Natomiast odwoływanie się do praktyk media watching i fact-checking nauczyło absolwentów studentów profesjonalnego wyszukiwania sportowych informacji i statystyk związanych z rozgrywkami, pozwalających na analizę oraz ocenę osiągnięć zawodników i zespołów w poszczególnych dyscyplinach, a także obserwację stylu, techniki i taktyki ich gry oraz osiągnięć. Znajomość sportowych gatunków i sportowych mediów, zastosowań najnowszych technologii, programów i mobilnych aplikacji sportowych, a także rozwijanie profesjonalnych umiejętności podczas ćwiczeń w mówieniu i laboratoryjne zajęcia z profesjonalistami umożliwiły absolwentowi skutecznie staranie się o pracę dziennikarza sportowego: w prasie, radio, telewizji i Internecie oraz profesjonalne wykonywanie tej pracy.

Efekty uczenia się dla specjalności

WIEDZA		Odniesienie do efektu kierunkowego
Sp1dsp_W01	Absolwent prezentuje pogłębioną i uporządkowaną wiedzę o gatunkach dziennikarstwa sportowego takich jak wywiad sportowy, komentarz sportowy, reportaż sportowy oraz wizerunek sportowca.	K_W01
Sp1dsp_W02	Absolwent prezentuje pogłębioną i specjalistyczną wiedzę na temat możliwości stosowania w dziennikarstwie sportowym nowych technologii jak np. VR i AR w celu polepszania wizualizacji, umożliwiania interaktywnego dopingowania sportowców i doświadczania stadionowych emocji przez wirtualnych kibiców.	K_W03, K_W04
Sp1dsp_W03	Absolwent prezentuje ugruntowaną i uporządkowaną wiedzę na temat historii i dyscyplin sportu.	K_W02, K_W04
Sp1dsp_W04	Absolwent prezentuje ugruntowaną i uporządkowaną wiedzę na temat zarządzania sportem.	K_W06
Sp1dsp_W05	Absolwent prezentuje ugruntowaną i	K_W04, K_W06

	uporządkowaną wiedzę na temat organizacji sportowych i mediów branżowych.	
UMIEJĘTNOŚCI		
Sp1dsp_U01	Absolwent przygotowuje materiały informacyjne oraz relacje audio i wideo, fotografie sportowe, treści multimedialne, stosując nowe technologie do ich wykonywania i obróbki.	K_U02, K_U08, K_U10
Sp1dsp_U02	Absolwent tworzy werbalne i multimedialne wywiady sportowe, komentarze sportowe, reportaże sportowe oraz potrafi prezentować w mediach wizerunki sportowców.	K_U01, K_U08, K_U10
Sp1dsp_U03	Absolwent relacjonuje i komentuje na żywo sportowe i e-sportowe turnieje, mecze, rozgrywki, zawody i pojedynki, rozgrywane na boiskach, stadionach, torach wyścigowych i platformach streamingowych.	K_U01, K_U12
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
Sp1dsp_K01	Absolwent współpracuje w grupie, inspirując i organizując działania w celu tworzenia przekazów dziennikarskich, upowszechniających sport jako formę rozwijania osobistych oraz społecznych predyspozycji i sprawności.	K_K05, K_K07
Sp1dsp_K02	Absolwent analizuje sytuację na boisku, torze, stadionie itp. oraz prowadzi wywiady ze sportowcami w języku angielskim jako międzynarodowym w świecie sportu.	K_K01, K_K04
Sp1dsp_K03	Absolwent współpracuje z innymi, promując wypracowywanie przez sport uwagi, refleksu, wytrwałości, zdecydowania, zręczności, koncentracji, zaufania do siebie, przewyższania trudności, uznania autorytetów i współpracy.	K_K02, K_K07

Formy sprawdzania efektów uczenia się (minimum dwie)

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny
W01				X	X	X	X	X				
W02				X	X	X	X	X				
W03				X	X	X	X	X				
W04				X	X	X	X	X				
W05				X	X	X	X	X				
U01				X	X	X	X	X				
U02				X	X	X	X	X				
U03				X	X	X	X	X				
U04				X	X	X	X	X				
K01				X		X	X	X				
K02				X		X	X	X				
K03				X		X	X	X				

.....
pieczęć i podpis Dyrektora

PLAN SPECJALNOŚCI

DZIENNIKARSTWO SPORTOWE

Semestr I: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ZO /Z	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem		
		A	K	L	S	P				
Nowe technologie w dziennikarstwie sportowym		20						20	Z	2
Media watching i fact-checking		20						20	Z	2
Wywiad sportowy			20					20	ZO	2
Komentarz sportowy			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8

Semestr II: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ZO /Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Historia sportu		20						20	Z	2
<i>Sport management</i>		20						20	Z	2
Reportaż sportowy			20					20	ZO	2
Wizerunek sportowy			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8

Semestr III: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ZO /Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Media sportowe		20						20	Z	2
Gaming i e-sport		20						20	Z	2
Fotografia sportowa			20					20	ZO	2
Capstone project			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8

PROGRAM SPECJALNOŚCI

Nazwa specjalności	Immersive media production
--------------------	-----------------------------------

Liczba punktów ECTS	24
---------------------	-----------

Uzyskiwane kwalifikacje oraz uprawnienia zawodowe:

Absolwent specjalności Immersive Media Production na kierunku Dziennikarstwo II stopnia posiada wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne niezbędne do projektowania, tworzenia oraz wdrażania nowoczesnych produkcji immersyjnych wykorzystujących interaktywne i multimedialne technologie cyfrowe. Jest przygotowany do realizacji projektów medialnych angażujących odbiorców w przestrzeniach wirtualnych, rozszerzonych oraz hybrydowych, z zastosowaniem narzędzi VR, AR, XR, sztucznej inteligencji oraz interaktywnych form narracyjnych. Kompetencje te znajdują zastosowanie w mediach cyfrowych, edukacji, kulturze, branży gamingowej, reklamowej i eventowej, a także w przedsiębiorstwach rozwijających innowacyjne formy komunikacji i promocji marek, produktów oraz usług.

Absolwent potrafi samodzielnie lub zespołowo projektować i produkować immersyjne doświadczenia medialne, wykorzystując interaktywne narracje, dźwięk przestrzenny, obraz 360°, środowiska wirtualne oraz elementy gamifikacji. Umie integrować technologie multimedialne z kreatywnym storytellingiem, tworząc angażujące projekty przeznaczone do publikacji w mediach cyfrowych, aplikacjach mobilnych, grach, produkcjach audiowizualnych oraz platformach rzeczywistości wirtualnej i rozszerzonej.

Absolwent wykorzystuje kompetencje z zakresu immersive media production w produkcjach filmowych, telewizyjnych i internetowych, projektach VR/AR/XR, interaktywnych instalacjach artystycznych, kampaniach społecznych i marketingowych, edukacji cyfrowej, popularyzacji nauki oraz działaniach promocyjnych i wizerunkowych. Znajomość nowoczesnych technologii, metod produkcji oraz specjalistycznego oprogramowania pozwala mu podejmować pracę w branży mediów immersyjnych, sektorze kreatywnym, agencjach reklamowych, studiach produkcyjnych, firmach technologicznych oraz instytucjach kultury i komunikacji cyfrowej.

Efekty uczenia się dla specjalności

WIEDZA		Odniesienie do efektu kierunkowego
Sp1imp_W01	Absolwent posiada pogłębioną wiedzę na temat technologii wykorzystywanych w produkcji mediów immersyjnych, w szczególności środowisk VR, AR i XR, interaktywnych systemów narracyjnych, silników czasu rzeczywistego oraz narzędzi opartych na sztucznej inteligencji wspierających proces produkcji i dystrybucji treści cyfrowych.	K_W01, K_W03
Sp1imp_W02	Absolwent zna zaawansowane metody projektowania doświadczeń użytkownika (UX) oraz interakcji człowiek–media w środowiskach immersyjnych, uwzględniając psychologiczne, społeczne i kulturowe aspekty odbioru treści multimedialnych.	K_W02, K_W04

Sp1imp_W03	Absolwent rozumie współczesne modele produkcji, zarządzania i monetyzacji projektów immersyjnych oraz zna prawne i etyczne uwarunkowania związane z wykorzystaniem technologii cyfrowych, ochroną własności intelektualnej i bezpieczeństwem danych użytkowników.	K_W05, K_W06
UMIEJĘTNOŚCI		
Sp1imp_U01	Absolwent potrafi samodzielnie projektować, realizować i wdrażać złożone produkcje immersyjne z wykorzystaniem technologii VR/AR/XR, interaktywnych form audiowizualnych oraz narzędzi do modelowania i renderingu środowisk cyfrowych.	K_U02, K_U08, K_U10
Sp1imp_U02	Absolwent umie integrować elementy narracji, interakcji, dźwięku przestrzennego i obrazu cyfrowego w celu tworzenia angażujących doświadczeń użytkownika dostosowanych do różnych platform medialnych i grup odbiorców.	K_U02, K_U05, K_U08
Sp1imp_U03	Absolwent potrafi kierować pracą zespołów interdyscyplinarnych realizujących projekty immersive media production, planować proces produkcyjny oraz wykorzystywać metody analizy danych i testowania użytkowników do optymalizacji jakości doświadczeń immersyjnych.	K_U04, K_U12, K_U13
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
Sp1imp_K01	Absolwent jest gotów do krytycznej oceny wpływu technologii immersyjnych na komunikację społeczną, kulturę i funkcjonowanie odbiorców mediów, z uwzględnieniem odpowiedzialności etycznej twórcy treści cyfrowych.	K_K02, K_K08
Sp1imp_K02	Absolwent jest przygotowany do współpracy w zespołach projektowych łączących kompetencje technologiczne, artystyczne i komunikacyjne oraz do efektywnego działania w dynamicznie zmieniającym się środowisku branży kreatywnej i nowych mediów.	K_K05, K_K07
Sp1imp_K03	Absolwent wykazuje gotowość do ciągłego rozwoju zawodowego i aktualizowania kompetencji w zakresie nowych technologii medialnych, trendów produkcyjnych oraz innowacyjnych form komunikacji immersyjnej.	K_K01, K_K09, K_K10

Formy sprawdzania efektów uczenia się (minimum dwie)

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny
W01					X	X	X	X				
W02					X	X	X	X				
W03					X	X	X	X				
U01					X	X	X	X				
U02					X	X	X	X				
U03					X	X	X	X				
K01						X	X	X				
K02						X	X	X				
K03						X	X	X				

.....
pieczęć i podpis Dyrektora

PLAN SPECJALNOŚCI

IMMERSIVE MEDIA PRODUCTION

Semestr I: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ZO /Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Prawo autorskie i audiowizualne		20						20	Z	2
Media watching i fact-checking		20						20	Z	2
Immersja w filmie i dziennikarstwie			20					20	ZO	2
Wprowadzenie do systemów produkcji telewizyjnej i filmowej			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8

Semestr II: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ZO /Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Struktura sektora kreatywnego i sektora MICE		20						20	Z	2
Warsztaty realizacyjne I (dokumentacja, scenariusz, scenopis, treatment, pitching)		20						20	Z	2
Historia twórczości wizualnej			20					20	ZO	2
AI w produkcji medialnej			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8

Semestr III: Zajęcia dydaktyczne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/ZO /Z	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Warsztaty realizacyjne II (content, montaż, post-produkcja, efekty specjalne)		20						20	Z	2
Marketing cyfrowy i rynek e-contentu wideo		20						20	Z	2
Multimedialny storytelling			20					20	ZO	2
Capstone project – warsztaty kreatywne i networkingowe			20					20	ZO	2
		40	40					80	-/2/2	8



UNIwersytet Komisji Edukacji Narodowej
w Krakowie
Instytut Dziennikarstwa i Stosunków
Międzynarodowych

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków
www.idsm.uken.krakow.pl

tel. 12 662 6446, fax 12 637 2243
e-mail: idsm@uken.krakow.pl

Uchwała nr: **31/IDSM/2026**

Rady Instytutu Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych

(kadencja Rady: 01.09.2024 r. – 30.08.2028 r.)

Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

z dnia 22 czerwca 2026 r.

Działając w oparciu o § 43 ust. 6 pkt. 2 oraz § 45 pkt. 4 Statutu Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (obowiązujący od dnia 17 czerwca 2024 r.), Rada Instytutu Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych w głosowaniu jawnym (głosowanie odbyło się w trybie zdalnym: uprawnionych - 34, głosujących - 22, głosów ważnych - 22, głosów nieważnych - 0, głosujących „TAK” - 22, głosujących „NIE” - 0, głosujących „wstrzymuję się” - 0) podjęła uchwałę o **przyjęciu programów i planów studiów stacjonarnych i niestacjonarnych DRUGIEGO stopnia na kierunku DZIENNIKARSTWO** dla cyklu kształcenia rozpoczynającego się w roku akademickim **2026/2027**.

Za Radę,

DYREKTOR
Instytutu Dziennikarstwa i Stosunków
Międzynarodowych
dr hab. Krzysztof Gurbas, prof. UKEN

Kraków, 16.06.2026

OPINIA nr 10

**Rady Jakości Kształcenia
dla kierunku *Dziennikarstwo*
przy Instytucie Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych UKEN
w sprawie:**

przyjęcia planów i programów studiów dla studiów drugiego stopnia – kierunek: Dziennikarstwo

Rada Jakości Kształcenia po zapoznaniu się z przedłożonymi dokumentami dotyczącymi programu kształcenia oraz planów studiów dla kierunku Dziennikarstwo drugiego stopnia (studia stacjonarne i niestacjonarne) na rok akademicki 2026/2027, pozytywnie opiniuje projekt programu studiów i planów kształcenia dla tego kierunku.

Rada stwierdza, że przedstawione dokumenty są zgodne z obowiązującymi przepisami prawa oraz standardami kształcenia, a także odpowiadają wymogom jakościowym w zakresie zakładanych efektów uczenia się, liczby punktów ECTS, struktury planów studiów oraz treści programowych dla kierunku Dziennikarstwo drugiego stopnia. Szczególnie należy podkreślić zgodność opisów efektów uczenia się z poziomem 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

W dokumentacji ujęto szczegółowe programy i plany kształcenia dla dwóch specjalności realizowanych w ramach studiów drugiego stopnia: Dziennikarstwo sportowe oraz Immersive Media Production. Każda ze specjalności posiada odrębny opis efektów uczenia się oraz przyporządkowane przedmioty, zgodnie z profilem kształcenia.

Rada rekomenduje przyjęcie programu i planów studiów dla kierunku Dziennikarstwo drugiego stopnia, z uwzględnieniem ich wdrożenia od roku akademickiego 2026/2027.

Przewodniczący RJK

dr Paweł Nowakowski

**Opinia Instytutowej Rady Samorządu Studentów Instytutu
Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Komisji
Edukacji Narodowej w Krakowie w sprawie programów i planów
studiów roku akademickiego 2026/2027.**

Na podstawie dostępnych źródeł Instytutowa Rada Samorządu Studentów Instytutu Dziennikarstwa i Stosunków Międzynarodowych Uniwersytetu Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie dokonała oceny programów i planów studiów roku akademickiego 2026/2027 dla kierunku dziennikarstwo (studia stacjonarne i niestacjonarne).

Nawiązując do dokonanej analizy, wyraża pozytywną opinię.

Hubert Benjamin Łuczak

Przewodniczący Instytutowej Rady Samorządu
Studentów
Instytutu Dziennikarstwa i Stosunków
Międzynarodowych

Podpis:

