



Uchwalony przez Radę Instytutu
w dn.

Ustalony przez Senat
.....

.....
pieczęć Instytutu

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów	EDYTORSTWO		
Liczba semestrów	2	Liczba punktów ECTS	60
Dziedzina/dziedziny, w których prowadzone jest kształcenie	Dyscyplina/dyscypliny, w których prowadzone jest kształcenie		
dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach		

I. WARUNKI PRZYJĘCIA NA STUDIA (w tym dodatkowe wymagania)

Dyplom ukończenia studiów wyższych I/II stopnia lub pięcioletnich na kierunku: dowolnym

II. KWALIFIKACJE I UPRAWNIENIA UZYSKANE PO UKOŃCZENIU STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Charakterystyka kwalifikacji cząstkowych uzyskanych po ukończeniu studiów poddyplomowych

Studia z zakresu edytorstwa dają przygotowanie merytoryczne do pracy w różnego typu wydawnictwach, merytorycznego i technicznego redagowania tekstów literackich, naukowych i innych, samodzielnego przygotowania i łamania tekstu w wersji tradycyjnej i elektronicznej oraz nadzorowania samego druku. Ich absolwenci zdobywają solidne podstawy do dalszego doskonalenia zawodowego, zarówno jako pracownicy wydawnictw, jak i ich właściciele czy założyciele. Studia mają charakter doskonalący w zakresie wykonywania prac redakcyjnych i korektorskich wydawnictw książkowych, czasopism i publikacji elektronicznych; przygotowują do zawodu wydawcy tekstów naukowych, literackich i innych.

Uprawnienia związane z posiadanymi kwalifikacjami

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

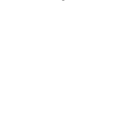
Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
WIEDZA	
W01	Zna podstawową terminologię w zakresie wiedzy o funkcjonowaniu wydawnictw, orientuje się ich wewnętrznej strukturze, organizacji, zarządzaniu. Ma wiedzę dotyczącą strategii rozwoju dużego przedsiębiorstwa wydawniczego i małej oficyny wydawniczej. Zna zasady zarządzania strategicznego, w tym zarządzania produkcją, finansami, zasobami ludzkimi, zasobami rzeczowymi, prawami autorskimi i pokrewnymi czy wizerunkiem wydawnictwa. Posiada uporządkowaną wiedzę na temat marketingu wydawniczego oraz zna zasady docierania do różnych typów odbiorców i typowe strategie marketingowe.
W02	Ma wiedzę na temat międzynarodowych i polskich przepisów prawa autorskiego. Zna zasady dotyczące zawierania umów, podatków czy egzemplarzy obowiązkowych oraz wie jakie instytucje zajmują się ochroną i zarządzaniem prawami autorskimi. Orientuje się w głównych kierunkach rozwoju współczesnego rynku książki w Polsce oraz ma wiedzę na temat specyfiki jego działania, zna instytucje i organizacje z nim związane, w tym nowoczesne kanały dystrybucji książki.
W03	Zna tradycyjne i nowoczesne techniki składu tekstu i ikonografii oraz elementarną terminologię fachową. Ma uporządkowaną wiedzę w zakresie nowoczesnego DTP, zna zasady przygotowywania tekstów i materiałów ilustracyjnych dla działu DTP, drukarni offsetowej, cyfrowej czy publikacji online. Rozumie systematykę tekstów i zna podstawowe zasady edytorstwa tekstów naukowych, popularnonaukowych, literackich, użytkowych oraz potrafi zaprojektować ich układ. Zna podstawowe etapy procesu wydawniczego, przygotowania tekstu, weryfikacji merytorycznych informacji w tekście, wykonywania korekty wydawniczej oraz łączenia poszczególnych elementów w strukturalną całość – ma wiedzę dotyczącą kompozycji ilustracji w książce czy czasopiśmie, druku użytkowym; wyboru adekwatnego liternictwa, związków pomiędzy słowem a obrazem. Posiada znajomość projektowania książki i adiustacji jako etapów pracy nad tekstem oraz redakcji technicznej powiązanej ściśle z zawartością merytoryczną tekstu. Zna zasady tworzenia serwisu internetowego i przekazu multimedialnego; planowania jego zawartości, kontekstu, systemów nawigacji i etykietowania, adekwatnego organizowania treści i grafiki.
UMIĘJĘTNOŚCI	
U01	Potrafi pracować w zespołach zawodowych i w sytuacjach profesjonalnych zastosować wiedzę teoretyczną w praktyce, planować funkcjonowanie wydawnictw, ich strukturę, organizację, zarządzanie nimi. Posiada elementarne umiejętności w zakresie badań nad potrzebami instytucji wydawniczych i ich współpracy z innymi instytucjonalnymi i fizycznymi podmiotami działającymi na rynku książki. Umie formułować i analizować podstawowe problemy marketingu wydawniczego oraz dobierać odpowiednie metody i narzędzia niezbędne dla badań marketingowych, opracowywać i prezentować uzyskane wyniki. Potrafi również samodzielnie opracować projekt strategii promocyjnej dla różnych elementów rynku wydawniczego.
U02	Umie zastosować w praktyce polskie przepisy dotyczące prawa autorskiego oraz określić najistotniejsze aspekty prawne związane z własnością intelektualną w działalności wydawniczej. Potrafi ocenić współczesny rynek książki w Polsce, wykorzystać w praktyce wiedzę na temat segmentacji na rynku książki oraz bieżących trendów na rynku. Jest przygotowany do nawiązania współpracy z organizacjami i instytucjami branżowymi.
U03	Posiada praktyczne umiejętności niezbędne dla opracowania i przygotowania do druku tekstów literackich, naukowych, użytkowych i innych. Potrafi przygotować warsztat redaktora merytorycznego do ich adiustowania. Samodzielnie dokonuje adiustacji merytorycznej, stylistyczno-językowej i technicznej tekstu. Potrafi adiustować technicznie różne elementy składowe książki/czasopisma, wykorzystując znajomość odpowiednich znaków adiustacyjnych, a także dokonywać korekty redakcyjnej stosując obowiązujące znaki korektorskie. Umie zastosować w praktyce wiedzę na temat typografii tradycyjnej i e-wydań, zaimplementować tekst i obraz do programów komputerowych oraz dokonać odpowiedniego ich łamania. Potrafi zastosować w praktyce zasady redakcji merytorycznej, umie wyszukiwać, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje istotne dla edytora z zastosowaniem tradycyjnych i nowoczesnych narzędzi informacyjnych. Posiada umiejętności z zakresu grafiki wydawniczej dotyczące oceny przydatności i przygotowania materiału ilustracyjnego przy użyciu odpowiedniego oprogramowania. Umie przygotować serwis internetowy i inne przekazy multimedialne. Potrafi wykorzystać grafikę i film na potrzeby przekazu multimedialnego, zbudować strukturę hipertekstową oraz stworzyć odpowiedni systemu etykietowania.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	Jest świadomy wiedzy i umiejętności wyniesionych ze studiów oraz konieczności ich aktualizowania. Jest przygotowany do bycia aktywnym i samodzielnym pracownikiem sektora wydawniczego. Kształtuje i rozwija własne zainteresowania kulturalne. Respektuje i stosuje w praktyce zasady zawodowego kodeksu etycznego. Pozostając, profesjonalnie i nie, w sferze zagadnień związanych z rynkiem książki uczestniczy w życiu kulturalnym najbliższego środowiska.



K02	Nawiązuje współpracę z różnymi instytucjami związanymi z rynkiem książki, jak również z władzami lokalnymi i instytucjami kulturalno-oświatowymi. Wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu działań. Docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe. Wykazuje aktywność w indywidualnym i zbiorowym uczestnictwie we współczesnych procesach komunikowania masowego.
------------	---

.....

Pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu



PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH **EDYTORSTWO**

semestr 1

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
Zarządzanie w wydawnictwie	10							10			3
Marketing wydawniczy	10							10			3
Prawo autorskie	10							10			4
Rynek książki w Polsce	10							10			3
Redakcja tekstu		30						30	Z		6
Pracownia tekstów użytkowych – warsztaty		15						15			3
Grafika użytkowa				15				15			3
Pracownia czasopisma – warsztaty				20				20			5
	40	45		35				120	1		30

semestr 2

zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/-	Praktyka	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
Przekaz multimedialny				25				25			6
Źródła informacji w warsztacie edytora		10						10			3
Grafika wydawnicza				20				20			5
Publikacje cyfrowe				15				15			4
Web design				20				20			4
Pracownia książki – warsztaty				30				30	Z		8
		10		110				120	1		30

.....
pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu