

Opracowany przez Radę Instytutu
w dn.

Zatwierdzony przez Senat

.....
pieczęć Instytutu

PROGRAM STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Nazwa studiów	KREATYWNE NOWE MEDIA
---------------	----------------------

Liczba semestrów

2

Liczba punktów ECTS

40

Dziedzina/dziedziny, w których prowadzone jest kształcenie	Dyscyplina/dyscypliny, w których prowadzone jest kształcenie
Dziedzina nauk społecznych	nauki o polityce i administracji (51%)
	nauki o komunikacji społecznej i mediach (34%)
	pedagogika (15%)

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

Dyplom ukończenia studiów wyższych I lub II stopnia lub jednolitych studiów magisterskich na kierunku/kierunkach z zakresu nauk społecznych lub humanistycznych, m.in. dziennikarstwo i komunikacja społeczna, socjologia, psychologia, politologia, stosunki międzynarodowe, nauki o rodzinie, pedagogika, praca socjalna i inne

II. KWALIFIKACJE I UPRAWNIENIA UZYSKANE PO UKOŃCZENIU STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Charakterystyka kwalifikacji cząstkowych uzyskanych po ukończeniu studiów podyplomowych

Studia doskonalące w zakresie kompetencji komunikacyjnych i cyfrowych, umiejętności językowych i technologicznych, narzędzi tworzenia treści w nowych mediach. Absolwenci posiadać będą umiejętność stosowania w praktyce technik komunikowania poprzez media, z użyciem narzędzi informatycznych, technologii mobilnych i interaktywnych, metod prezentacji multimedialnej oraz technik digitalizacji i wizualizacji danych.

Uprawnienia związane z posiadanymi kwalifikacjami

Absolwent studiów podyplomowych „Kreatywne nowe media” uzyska uprawnienia do projektowania i przekazu treści w nowych mediach. Znajdą zatrudnienie w portalach internetowych, agencjach informacyjnych, reklamowych, brandingowych i public relations, redakcjach czasopism, biurach prasowych, działach personalnych i HR instytucji, wydawnictwach, instytucjach samorządu i władz lokalnych, instytucjach kultury, podmiotach gospodarczych, usługowych i stowarzyszeniach. Ze względu na uzyskane kompetencje z zakresu wykorzystania technologii informacyjnych i graficznych absolwenci uzyskają też możliwość pracy w zespołach digitalizacyjnych, 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 medialnych.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA STUDIÓW PODYPLOMOWYCH

Efekty uczenia się dla studiów podyplomowych	
WIEDZA	
W01	posiada rozszerzoną wiedzę o charakterze nauk o mediach, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk
W02	ma wiedzę o różnych rodzajach więzi społecznych i występujących między nimi prawidłowościach oraz wiedzę pogłębioną w odniesieniu do wybranych kategorii więzi społecznych w zakresie komunikacji społecznej
W03	ma uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o mediach i komunikowaniu społecznym o charakterze teoretycznym w zakresie teorii komunikowania masowego zorientowaną na zastosowanie praktyczne w działalności edukacyjnej w zakresie mediów i dziennikarstwa, jak również w działalności dziennikarskiej, marketingowej, wizerunkowej i public relations
W04	ma poszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie działań komunikacyjnych mających na celu tworzenie więzi społecznych, budowanie wspólnoty, organizowanie struktur komunikowania społecznego
W05	ma wiedzę w zakresie szczegółowych elementów społecznych struktur komunikowania oraz zna sposoby działania człowieka w instytucjach komunikowania społecznego oraz metody ich zarządzania
W06	ma poszerzoną wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania mediów w Polsce i na świecie oraz mediów lokalnych i środowiskowych
W07	ma szczegółową wiedzę o procesach zmian w obszarze mediów i komunikowania społecznego w kontekście rozwoju nowych technologii i kształtowania się społeczeństwa informacyjnego
W08	zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej; zna szczegółowe zasady z zakresu wybranych problemów prawa autorskiego oraz prawa prasowego; zna i rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej w obszarze tradycyjnych mediów oraz Internetu
W09	ma poszerzoną wiedzę o człowieku jako podmiocie działań komunikacyjnych mających na celu tworzenie więzi społecznych, budowanie wspólnoty, organizowanie struktur komunikowania społecznego
UMIĘTNOŚCI	
U01	potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych charakterystycznych dla komunikacji społecznej, formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać hipotezy badawcze i je weryfikować
U02	posiada pogłębioną umiejętność przygotowania prac pisemnych w języku polskim z zachowaniem ram gatunkowych charakterystycznych dla różnych form wypowiedzi medialnej i biznesowej
U03	ma umiejętności językowe w zakresie komunikacji społecznej, dziennikarstwa, public relations, marketingu i tworzenia treści zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
U04	potrafi zdobywać i krytycznie oceniać informacje z różnych źródeł w praktyce dziennikarskiej, marketingowej i promocyjnej; umie analizować, oceniać, selekcjonować i interpretować informacje z różnych dziedzin poznania i życia, możliwych do komunikowania w przestrzeni publicznej
U05	posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych w kontekście pracy dziennikarskiej i w zawodach pokrewnych oraz formułować na tej podstawie własne krytyczne oceny tych zjawisk
U06	potrafi umiejętnie wykorzystać zdobytą wiedzę medialną i dziennikarską oraz podejmować działania zmierzające do rozwijania zdolności i kierowania własną karierą zawodową
U07	potrafi samodzielnie przygotowywać i redagować różne formy przekazów medialnych i umiejętnie prezentować je w mediach tradycyjnych i społecznościowych
U08	potrafi samodzielnie pogłębiać wiedzę i umiejętności a także formułować pytania służące pogłębianiu wiedzy

U09	potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób w zakresie kompetencji komunikacyjnych związanych z używaniem mediów społecznościowych
U10	potrafi odpowiednio dobierać wiarygodne źródła informacji, określać wartości informacyjne i kontrolować oddziaływanie przekazywanych w obieg publiczny informacji
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K01	potrafi krytycznie oceniać własne działania i zachowania w obszarze komunikacji społecznej; potrafi rozwiązywać dylematy etyczne i działać odpowiedzialnie w pracy medialnej i w komunikacji społecznej; potrafi korzystać z prawa do tajemnicy dziennikarskiej oraz repliki i sprostowania
K02	umie systematycznie gromadzić, analizować i w świadomy oraz etyczny sposób interpretować potrzebne informacje
K03	posiada pogłębioną świadomość odpowiedzialności za jakość, wartość, ważność i wiarygodność wprowadzanych w obieg publiczny treści medialnych
K04	jest odpowiedzialny za samowychowanie i wychowanie innych do krytycznego i odpowiedzialnego odbioru medialnych, promocyjnych i marketingowych treści w mediach społecznościowych
K05	jest świadomym i krytycznym uczestnikiem procesów związanych z rozwojem społeczeństwa informacyjnego wykorzystując odpowiedzialnie nowe technologie medialne z uwzględnieniem ochrony własności intelektualnej

IV. FORMY SPRAWDZANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ (matryca efektów uczenia się)

	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	Inne
W01	X							X				X	
W02	X							X					
W03	X		X					X	X			X	
W04	X								X				
W05			X				X	X			X		
W06	X						X	X			X		
W07	X		X						X		X		
W08	X		X						X		X		
W09	X				X			X					
U01			X			X	X						
U02						X			X	X		X	
U03	X		X										
U04		X	X		X								
U05				X				X					
U06				X	X		X						
U07			X	X	X			X				X	
U08			X	X			X	X					
U09			X	X			X	X					

U10			X	X			X	X					
K01			X						X				
K02						X		X					
K03			X				X	X					
K04			X			X							
K05	X								X				

.....
pieczęć i podpis Dyrektora Instytutu

PLAN STUDIÓW PODYPLOMOWYCH
KREATYWNE NOWE MEDIA

semestr 1
zajęcia

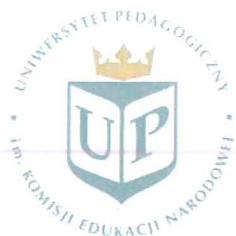
nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ZO/Z	PRAKTYKA	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
Najnowsza historia mediów	8						4	12	E		2
Współczesne teorie komunikacji społecznej	8						4	12	E		2
Narzędzia nowych mediów I	4		8					12	ZO		2
Konteksty nowych mediów		4		8				12	ZO		2
Kreowanie wizerunku i marketing w nowych mediach		8		8				16	E		2
Pozostałe zajęcia (praktyka)											
Szkoła kreatywna (2 dni wyjazdowych warsztatów)							10	10	Z		5
Telekonferencja ekspercka							4	4	Z		2
MOOC do wyboru							10	10	Z		4
	20	12	8	16			24	88	3	-	21

semestr 2
zajęcia

nazwa kursu	godziny kontaktowe								E/ZO/Z	PRAKTYKA	punkty ECTS
	W	zajęć w grupach					E-learning	razem			
		A	K	L	S	P					
Narzędzia nowych mediów II				8			4	12	ZO		2
Przedsiębiorczość w nowych mediach	4		8					12	E		2
Warsztaty innowacji i myślenia projektowego				8				8	ZO		2
Coaching i networking				8				8	ZO		2
Pozostałe zajęcia (praktyka)											
Warsztaty kreatywne							8	8	Z		2
Analiza przypadków in field, wizyty studyjne							5	5	Z		2
Staż w wybranej firmie kreatywnej							10	10	Z		4
Sesja końcowa – sympozjum, sesja prezentacyjna							5	5	ZO		3
	4		8	24			28	68	1	-	19

łącznie liczba godzin: 156

łącznie liczba ECTS: 40



UNIWERSYTET PEDAGOGICZNY im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie INSTYTUT NAUK O POLITYCE I ADMINISTRACJI

ul. Podchorążych 2, 30-084 Kraków
www.ipol.up.krakow.pl

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

Uchwała nr: 7/INPA/2022

Rady Instytutu Nauk o Polityce i Administracji

Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie

z dnia 13 kwietnia 2022 r.

Działając w oparciu o § 45 pkt. 5 Statutu Uniwersytetu Pedagogicznego im. Komisji Edukacji Narodowej w Krakowie (tekst jednolity obowiązujący od dnia 7 września 2020 r.) Rada Instytutu Nauk o Polityce i Administracji w głosowaniu jawnym (głosowanie odbyło się w trybie zdalnym: uprawnionych - 22, głosujących - 14, głosów ważnych - 14, głosów nieważnych - 0, głosujących „TAK” - 12, głosujących „NIE” - 0, głosujących „wstrzymuję się” - 2) podjęła uchwałę w sprawie **przyjęcia programu i planu studiów podyplomowych „Kreatywne nowe media” (studia 2-semestralne) na rok akademicki 2022/2023.**

Za Radę INPA,

DYREKTOR
Instytutu Nauk o Polityce i Administracji

dr hab. Robert Kłaczyński, prof. UP
p.o.

