

Załącznik do uchwały
Nr 000-14/18/2021
Senatu UTH Radom
z dnia 20 września 2021 r.



Uniwersytet

Technologiczno-Humanistyczny

im. Kazimierza Pułaskiego w Radomiu

WYDZIAŁ FILOLOGICZNO-PEDAGOGICZNY

PROGRAM STUDIÓW NA KIERUNKU

DZIENNIKARSTWO I NOWE MEDIA

STUDIA STACJONARNE

DRUGIEGO STOPNIA

O PROFILU PRAKTYCZNYM

Radom 2021

SPIS TREŚCI

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW	3
1. Nazwa kierunku studiów	3
2. Klasyfikacja ISCED.....	3
3. Poziom studiów	3
4. Poziom PRK	3
5. Profil studiów	3
6. Dyscypliny naukowe ze wskazaniem dyscypliny wiodącej	3
7. Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin	3
8. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	3
II. OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	4
1. Tabela odniesień kierunkowych efektów uczenia się do uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia, określonych w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji, oraz charakterystyk drugiego stopnia, określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust. 3 tej ustawy	4
2. Tabela pokrycia charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się przez kierunkowe efekty uczenia się	7
III. OPIS PROGRAMU STUDIÓW	8
1. Forma studiów	8
2. Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów	8
3. Liczba semestrów	8
4. Plan studiów – załącznik nr 1	8
5. Opis poszczególnych przedmiotów – załącznik nr 2	8
6. Matryca efektów uczenia się – załącznik nr 3	8
7. Sumaryczne wskaźniki ilościowe charakteryzujące program studiów	8
8. Praktyka	14
9. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się	14
10. Forma zakończenia studiów	14
11. Aspekty programu studiów i jego realizacji, służące umiędzynarodowieniu	15

I. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

1. Nazwa kierunku studiów:

Dziennikarstwo i nowe media

2. Klasyfikacja ISCED:

0321

3. Poziom studiów:

Studia drugiego stopnia

4. Poziom PRK:

7

5. Profil studiów:

Praktyczny

6. Dyscypliny naukowe ze wskazaniem dyscypliny wiodącej:

Kierunek *dziennikarstwo i nowe media* jest przyporządkowany do jednej dyscypliny naukowej:

- nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych) – dyscyplina wiodąca

7. Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin:

- nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca): 100 %

8. Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:

Magister

II. OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

1. Tabela odniesień kierunkowych efektów uczenia się do uniwersalnych charakterystyk pierwszego stopnia, określonych w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji, oraz charakterystyk drugiego stopnia, określonych w przepisach wydanych na podstawie art. 7 ust. 3 tej ustawy:

KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ				
L.p.	Symbol kierunkowych efektów uczenia się (KEU)	Opis efektów uczenia się Absolwent po ukończeniu kierunku studiów zna i rozumie (W), potrafi (U), jest gotów do (K):	Uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia efektów uczenia się – symbol	Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie PRK 7 – symbol
WIEDZA (W)				
1.	K_WG01	Zna w stopniu pogłębionym teorię, metodologię i terminologię z dziedziny nauk humanistycznych i dziedziny nauk społecznych, a także w stopniu podstawowym z dziedziny nauk ścisłych i przyrodniczych i dziedziny sztuki, istotne dla kierunku dziennikarstwo i nowe media, oraz możliwości zastosowania wiedzy teoretycznej z ww. dziedzin w praktycznej działalności medialnej.	P7U_W	P7S_WG
2.	K_WG02	Zna w stopniu pogłębionym nowoczesne narzędzia, metody i techniki informacji i komunikacji (media cyfrowe, sieciowe, mobilne).	P7U_W	P7S_WG
3.	K_WG03	Zna w stopniu pogłębionym warsztat dziennikarza internetowego i mobilnego; zna możliwości wykorzystania i rozumie rolę tzw. miękkich kompetencji w działalności medialnej.	P7U_W	P7S_WG
4.	K_WG04	Ma uporządkowaną, pogłębioną wiedzę o współczesnym języku polskim, zorientowaną na zastosowania praktyczne, zwłaszcza w komunikacji za pośrednictwem mediów cyfrowych, sieciowych i mobilnych.	P7U_W	P7S_WG
5.	K_WG05	Rozumie rolę, którą pełnią nowe media w gospodarce; zna zasady tworzenia i rozwoju nowoczesnych przedsiębiorstw medialnych i zarządzania nimi.	P7U_W	P7S_WG
6.	K_WG06	Ma zaawansowaną wiedzę o celach, instrumentach, metodach i technikach e-public relations i e-marketingu.	P7U_W	P7S_WG
7.	K_WG07	Zna formy życia kulturalnego w Sieci; rozumie rolę nowych mediów w zachowaniu i transmisji kultury, historii, tradycji.	P7U_W	P7S_WG

8.	K_WK08	Zna w stopniu pogłębionym kontekst społeczno-kulturowy, ekonomiczny, polityczny i historyczny nowych mediów oraz zjawisko mediatyzacji różnych sfer życia społecznego.	P7U_W	P7S_WK
9.	K_WK09	Zna w stopniu zaawansowanym aspekty psychologiczne, etyczne i prawne działalności w cyberprzestrzeni, w tym zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	P7U_W	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI (U)				
10.	K_UW01	Umie definiować i rozstrzygać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla zawodów dziennikarza internetowego i mobilnego, e-PR-owca, e-marketingowca: tworzyć merytoryczne, rzetelne przekazy multimedialne o różnego typu wydarzeniach, zjawiskach i procesach, prezentowane online lub offline; budować społeczności i realizować projekty społeczne i ekonomiczne; kreować wizerunek i markę; zarządzać sytuacją kryzysową; współpracować z interesariuszami; projektować, promować i reklamować produkty lub usługi.	P7U_U	P7S_UW
11.	K_UW02	Umie zdobywać informacje z różnych źródeł i wykorzystywać je w działalności medialnej w sposób krytyczny i twórczy.	P7U_U	P7S_UW
12.	K_UW03	Umie biegle posługiwać się nowoczesnymi urządzeniami, programami i aplikacjami, przydatnymi w działalności dziennikarskiej, e-PR-owskiej, e-marketingowej.	P7U_U	P7S_UW
13.	K_UW04	Umie prowadzić zaawansowane badania komunikacji medialnej, zwłaszcza komunikacji sieciowej; potrafi w oparciu o wyniki tych badań formułować hipotezy i prognozy oraz tworzyć i wypróbowywać nowe rozwiązania komunikacyjne.	P7U_U	P7S_UW
14.	K_UW05	Umie wnikliwie interpretować współczesne fakty, zjawiska i procesy społeczne i kulturowe, związane z rozwojem nowych mediów.	P7U_U	P7S_UW
15.	K_UW06	Umie interpretować z badawczą wnikliwością współczesne teksty kultury z uwzględnieniem specyfiki ich funkcjonowania w cyberśrodku.	P7U_U	P7S_UW
16.	K_UK07	Umie porozumiewać się z różnymi grupami odbiorców, odbierając i tworząc wypowiedzi ustne i pisemne oraz przekazy multimedialne, zwłaszcza przeznaczone dla Internetu i mediów mobilnych; potrafi stosować zasady, metody i techniki komunikacji w Sieci (webwriting, smartwriting, copywriting, storytelling).	P7U_U	P7S_UK
17.	K_UK08	Umie sprawnie organizować i prowadzić spotkania i wydarzenia, w tym dyskusje, debaty i negocjacje, także online.	P7U_U	P7S_UK
18.	K_UK09	Umie tworzyć spójne i dopracowane wypowiedzi ustne i pisemne w języku obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu, wykorzystując terminologię specjalistyczną, właściwą dla kierunku dziennikarstwo i nowe media.	P7U_U	P7S_UK

19.	K_UK10	Umie wyszukiwać, analizować i użytkować informacje ze źródeł w języku obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu, obejmującym terminologię specjalistyczną, właściwą dla kierunku dziennikarstwo i nowe media.	P7U_U	P7S_UK
20.	K_UO11	Umie działać jako aktywny członek, a także kierownik zespołu e-dziennikarskiego, e-PR-owskiego, e-marketingowego.	P7U_U	P7S_UO
21.	K_UO12	Umie pracować i współdziałać w grupie posługującej się językiem obcym na poziomie B2+ oraz w wyższym stopniu w zakresie właściwym dla kierunku dziennikarstwo i nowe media, przyjmując w niej różne role, w tym lidera.	P7U_U	P7S_UO
22.	K_UU13	Umie dogłębnie analizować przemiany rynku pracy z punktu widzenia specjalisty od komunikacji medialnej; potrafi zaplanować indywidualną i zespołową ścieżkę kariery zawodowej.	P7U_U	P7S_UU
23.	K_UU14	Umie rozwijać i doskonalić kompetencje potrzebne w działalności medialnej, w szczególności: zdolność do kooperacji, efektywną organizację pracy, asertywność i komunikatywność, elastyczność, wysoką kulturę osobistą.	P7U_U	P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (K)				
24.	K_KK01	Jest przygotowany do krytycznej oceny swojej wiedzy; jest gotów rozwijać zmysł krytyczny, gust i wrażliwość jako świadomy odbiorca i twórca przekazów medialnych i tekstów kultury.	P7U_K	P7S_KK
25.	K_KK02	Jest gotów do konstruktywnego dialogu i współpracy z ekspertami w dziedzinie komunikacji społecznej i medialnej.	P7U_K	P7S_KK
26.	K_KO03	Jest w pełni przygotowany do wykorzystania swoich umiejętności komunikacyjno-medialnych w inspirowaniu i organizowaniu działań mających na celu rozwój środowiska społeczno-gospodarczego, w tym lokalnego.	P7U_K	P7S_KO
27.	K_KO04	Jest gotów działać na rzecz zachowania i promocji dorobku kulturowego i kulturalnego swojego regionu, Polski i Europy.	P7U_K	P7S_KO
28.	K_KR05	Jest przygotowany do prowadzenia działalności medialnej w sposób etyczny i odpowiedzialny.	P7U_K	P7S_KR
29.	K_KR06	Jest gotów bronić głównych zasad etosu dziennikarskiego, w tym niezależności i bezstronności.	P7U_K	P7S_KR
Σ	Ilość efektów: 9 W, 14 U, 6 K			

2. Tabela pokrycia charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się przez kierunkowe efekty uczenia się:

POKRYCIE CHARAKTERYSTYK DRUGIEGO STOPNIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ PRZEZ KIERUNKOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ		
L.p.	Charakterystyki drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie PRK 7 – symbol	Kierunkowe efekty uczenia się (KEU) – symbol
WIEDZA (W)		
1	P7S_WG	K_WG01, K_WG02, K_WG03, K_WG04, K_WG05, K_WG06, K_WG07
2	P7S_WK	K_WK08, K_WK09
UMIEJĘTNOŚCI (U)		
3	P7S_UW	K_UW01, K_UW02, K_UW03, K_UW04, K_UW05, K_UW06
4	P7S_UK	K_UK07, K_UK08, K_UK09, K_UK10
5	P7S_UO	K_UO11, K_UO12
6	P7S_UU	K_UU13, K_UU14
KOMPETENCJE SPOŁECZNE (K)		
7	P7S_KK	K_KK01, K_KK02
8	P7S_KO	K_KO03, K_KO04
9	P7S_KR	K_KR05, K_KR06
Σ	P7S_WG – pokrycie przez 7 KEU P7S_WK – pokrycie przez 2 KEU P7S_UW – pokrycie przez 6 KEU P7S_UK – pokrycie przez 4 KEU P7S_UO – pokrycie przez 2 KEU P7S_UU – pokrycie przez 2 KEU P7S_KK – pokrycie przez 2 KEU P7S_KO – pokrycie przez 2 KEU P7S_KR – pokrycie przez 2 KEU	

Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne	108,5
Liczba punktów ECTS, jaką student 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
Liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom lub grupom zajęć do wyboru	57
Wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk	3 miesiące (375 h) 15 ECTS
Liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego – w przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich	nie dotyczy

Tabela 2

Zajęcia lub grupy zajęć kształtujących umiejętności praktyczne			
Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin	Liczba punktów ECTS
A. Grupa zajęć podstawowych			
Społeczeństwo sieciowe	Ćwiczenia	15	1
Gospodarka cyfrowa i kwantowa	Ćwiczenia	15	1
Etyka w przestrzeni wirtualnej	Ćwiczenia	15	1
Mediamorfozy w XXI wieku	Ćwiczenia	15	1
Cyberpsychologia	Ćwiczenia	15	1
Mediatyzacja polityki i życia publicznego	Ćwiczenia	15	1
Cyberbezpieczeństwo i zarządzanie informacją	Ćwiczenia	15	1
B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych			
Mobile Journalism	Zajęcia warsztatowe	20	2,5
E-Marketing	Zajęcia warsztatowe	20	2
Metody badań nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
New media technologies market (Rynek nowych technologii medialnych)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mobile media affordances (Afordancje mediów mobilnych)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Webwriting i smartwriting	Zajęcia warsztatowe	20	2
E-Public Relations	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kreowanie i organizacja wydarzeń w Sieci	Zajęcia warsztatowe	20	2
Przestępczość, manipulacje i fake newsy w Sieci	Zajęcia warsztatowe	20	2
Storytelling	Zajęcia warsztatowe	20	2
Design Thinking	Zajęcia warsztatowe	20	2
Warsztat kompetencji miękkich	Zajęcia warsztatowe	20	2
B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru			
Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Architektura informacji	Zajęcia warsztatowe	20	2
Systemy zarządzania treścią (CMS)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Aplikacje internetowe	Zajęcia warsztatowe	20	2

Elektroniczne systemy multimedialne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Social media w e-gospodarce	Zajęcia warsztatowe	20	2
HRM nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Zarządzanie finansami w mediach sieciowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Crowdfunding i media społecznościowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Rynek pracy absolwenta	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Grafika komputerowa	Zajęcia warsztatowe	20	2
Web Design	Zajęcia warsztatowe	20	2
Projektowanie graficzne dla social mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Desktop Publishing	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Strategie marketingowe w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kryzys i sytuacje kryzysowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Współpraca z interesariuszami	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4)			
Zarządzanie reklamą w nowych mediach	Zajęcia warsztatowe	20	2
Copywriting	Zajęcia warsztatowe	20	2
Reklama natywna	Zajęcia warsztatowe	20	2
Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6)			
Filozofia w dobie nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Liternet (Literatura cyfrowa)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mediatyzacja historii i pamięci	Zajęcia warsztatowe	20	2
New Media Art	Zajęcia warsztatowe	20	2
Teatr i kino w cyberśrodku	Zajęcia warsztatowe	20	2
Muzyka a nowe media	Zajęcia warsztatowe	20	2
E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru			
Język obcy	Ćwiczenia	30	2
F. Praktyka			
Praktyka zawodowa	Praktyka	3 miesiące	15
H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego			
Seminarium dyplomowe	Seminarium	60	4
Przygotowanie i złożenie pracy dyplomowej			20
Razem:		795 oraz 3 miesiące praktyki	108,5

Tabela 3

Zajęcia lub grupy zajęć do wyboru			
Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin	Liczba punktów ECTS
B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru			
Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Architektura informacji	Zajęcia warsztatowe	20	2
Systemy zarządzania treścią (CMS)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Aplikacje internetowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Elektroniczne systemy multimedialne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Social media w e-gospodarce	Zajęcia warsztatowe	20	2
HRM nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Zarządzanie finansami w mediach sieciowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Crowdfunding i media społecznościowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Rynek pracy absolwenta	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Grafika komputerowa	Zajęcia warsztatowe	20	2
Web Design	Zajęcia warsztatowe	20	2
Projektowanie graficzne dla social mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Desktop Publishing	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Strategie marketingowe w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kryzys i sytuacje kryzysowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Współpraca z interesariuszami	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4)			
Zarządzenie reklamą w nowych mediach	Zajęcia warsztatowe	20	2
Copywriting	Zajęcia warsztatowe	20	2
Reklama natywna	Zajęcia warsztatowe	20	2
Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6)			
Filozofia w dobie nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Liternet (Literatura cyfrowa)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mediatyzacja historii i pamięci	Zajęcia warsztatowe	20	2
New Media Art	Zajęcia warsztatowe	20	2
Teatr i kino w cyberśrodku	Zajęcia warsztatowe	20	2

Muzyka a nowe media	Zajęcia warsztatowe	20	2
E2. Grupa zajęć ogólnouczeniowych ograniczonego wyboru			
Język obcy	Ćwiczenia	30	2
F. Praktyka			
Praktyka zawodowa	Praktyka	3 miesiące	15
H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego			
Seminarium dyplomowe	Seminarium	60	4
Razem:		450 oraz 3 miesiące praktyki	57

Tabela 4

Zajęcia lub grupy zajęć odnoszących się do dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach			
Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin	Liczba punktów ECTS
A. Grupa zajęć podstawowych			
Spółeczeństwo sieciowe	Wykład + Ćwiczenia	30W + 15ĆW	3
Gospodarka cyfrowa i kwantowa	Wykład + Ćwiczenia	30W + 15ĆW	3
Etyka w przestrzeni wirtualnej	Wykład + Ćwiczenia	30W + 15ĆW	3
Mediamorfozy w XXI wieku	Wykład + Ćwiczenia	30W + 15ĆW	3
Cyberpsychologia	Wykład + Ćwiczenia	15W + 15ĆW	2
Mediatyzacja polityki i życia publicznego	Wykład + Ćwiczenia	15W + 15ĆW	2
Cyberbezpieczeństwo i zarządzanie informacją	Wykład + Ćwiczenia	15W + 15ĆW	2
B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych			
Mobile Journalism	Zajęcia warsztatowe	20	2,5
E-Marketing	Zajęcia warsztatowe	20	2
Metody badań nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
New media technologies market (Rynek nowych technologii medialnych)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mobile media affordances (Afordancje mediów mobilnych)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Webwriting i smartwriting	Zajęcia warsztatowe	20	2
E-Public Relations	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kreowanie i organizacja wydarzeń w Sieci	Zajęcia warsztatowe	20	2
Przestępczość, manipulacje i fake newsy w Sieci	Zajęcia warsztatowe	20	2
Storytelling	Zajęcia warsztatowe	20	2
Design Thinking	Zajęcia warsztatowe	20	2
Warsztat kompetencji miękkich	Zajęcia warsztatowe	20	2
B2. Grupa zajęć kierunkowych do wyboru			
Nowe media: informatyka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Architektura informacji	Zajęcia warsztatowe	20	2

Systemy zarządzania treścią (CMS)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Aplikacje internetowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Elektroniczne systemy multimedialne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowoczesne techniki prezentacji multimedialnych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: gospodarka (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Social media w e-gospodarce	Zajęcia warsztatowe	20	2
HRM nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Zarządzanie finansami w mediach sieciowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Crowdfunding i media społecznościowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Rynek pracy absolwenta	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: projektowanie graficzne (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Nowoczesne technologie informatyczno-graficzne	Zajęcia warsztatowe	20	2
Grafika komputerowa	Zajęcia warsztatowe	20	2
Web Design	Zajęcia warsztatowe	20	2
Projektowanie graficzne dla social mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Desktop Publishing	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: marketing (do wyboru 3 przedmioty z 5)			
Strategie marketingowe w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kreowanie wizerunku i marki w mediach społecznościowych	Zajęcia warsztatowe	20	2
Kryzys i sytuacje kryzysowe	Zajęcia warsztatowe	20	2
Współpraca z interesariuszami	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: reklama (do wyboru 2 przedmioty z 4)			
Zarządzenie reklamą w nowych mediach	Zajęcia warsztatowe	20	2
Copywriting	Zajęcia warsztatowe	20	2
Reklama natywna	Zajęcia warsztatowe	20	2
Pozycjonowanie stron internetowych (SEO/SEM)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Nowe media: kultura i sztuka (do wyboru 4 przedmioty z 6)			
Filozofia w dobie nowych mediów	Zajęcia warsztatowe	20	2
Liternet (Literatura cyfrowa)	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mediatyzacja historii i pamięci	Zajęcia warsztatowe	20	2
New Media Art	Zajęcia warsztatowe	20	2
Teatr i kino w cyberśrodowisku	Zajęcia warsztatowe	20	2
Muzyka a nowe media	Zajęcia warsztatowe	20	2
E1. Grupa zajęć ogólnouczeniowych obowiązkowych			
Ochrona własności przemysłowej i prawo autorskie	Wykład	10	0,5
E2. Grupa zajęć ogólnouczeniowych ograniczonego wyboru			
Język obcy	Ćwiczenia	30	2
F. Praktyka			
Praktyka zawodowa	Praktyka	3 miesiące	15
H. Przygotowanie pracy dyplomowej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego			
Seminarium dyplomowe	Seminarium	60	4
Przygotowanie i złożenie pracy dyplomowej			20

Razem:	970 oraz 3 miesiące praktyki	120
---------------	--	------------

8. Praktyka:

W trakcie studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* studenci odbywają praktykę zawodową w podmiotach prowadzących działalność medialną lub okołomedialną – w łącznym wymiarze 3 miesięcy, tj. 375 godzin dydaktycznych (45 min). Za zaliczenie praktyki zawodowej student otrzymuje w sumie 15 punktów ECTS.

Tabela 5

Wymiar czasowy i okres realizacji praktyk, punktacja ECTS			
Rodzaj praktyki	Wymiar czasowy	Okres realizacji (semestr)	Liczba punktów ECTS
Praktyka zawodowa śródroczna	1 miesiąc = 125 godzin	II	5
Praktyka zawodowa śródroczna	1 miesiąc = 125 godzin	III	5
Praktyka zawodowa śródroczna	1 miesiąc = 125 godzin	IV	5
Razem:	3 miesiące = 375 godzin	II-IV	15

Szczegółowy opis formy i zasad odbywania praktyki zawodowej przez studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* zawierają: sylabus zajęć oraz Zasady studiowania, określone przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

9. Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się:

Efekty uczenia się osiągnięte przez studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* są weryfikowane w ramach zajęć dydaktycznych, praktyki zawodowej oraz egzaminu dyplomowego.

Szczegółowy opis metod sprawdzania i oceny efektów uczenia się w ramach zajęć dydaktycznych i praktyki zawodowej zawierają sylabusy tych zajęć (zob. załącznik nr 2).

Szczegółowy opis metod sprawdzania i oceny efektów uczenia się w ramach egzaminu dyplomowego zawierają Zasady studiowania, określone przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

10. Forma zakończenia studiów:

Warunkiem ukończenia studiów i uzyskania dyplomu ukończenia studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* jest uzyskanie efektów uczenia się określonych w programie studiów, którym przypisano 120 punktów ECTS, pozytywna ocena pracy dyplomowej (magi-

sterskiej) oraz złożenie egzaminu dyplomowego (magisterskiego).

Szczegółowy opis zasad dyplomowania studentów kierunku *dziennikarstwo i nowe media* znajduje się w Zasadach studiowania, określonych przez Dziekana Wydziału Filologiczno-Pedagogicznego UTHRad.

11. Aspekty programu studiów i jego realizacji, służące umiędzynarodowieniu

Program studiów na kierunku *dziennikarstwo i nowe media* obejmuje następujące zajęcia prowadzone w języku obcym:

Tabela 6

Zajęcia lub grupy zajęć prowadzone w języku obcym				
Nazwa zajęć lub grupy zajęć	Język wykładowy	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin	Liczba punktów ECTS
B1. Grupa zajęć kierunkowych obowiązkowych				
New media technologies market (Rynek nowych technologii medialnych)	Angielski	Zajęcia warsztatowe	20	2
Mobile media affordances (Afordancje mediów mobilnych)	Angielski	Zajęcia warsztatowe	20	2
E2. Grupa zajęć ogólnouczelnianych ograniczonego wyboru				
Język obcy	Angielski, niemiecki lub rosyjski	Ćwiczenia	30	2
Razem:			70	6

Zajęcia kierunkowe obowiązkowe, prowadzone w języku obcym, stanowią element atrakcyjny dla studentów zagranicznych, a w przypadku studentów polskich gwarantują osiągnięcie przez nich efektów uczenia się dotyczących umiejętności posługiwania się językiem obcym (efekty: K_UK09, K_UK10, K_UO12).

Studenci kierunku *dziennikarstwo i nowe media* mogą odbyć część studiów w wybranej uczelni zagranicznej, z którą WF-P UTHRad. prowadzi wymianę w ramach programu Erasmus+. Pełna oferta tego programu znajduje się na [stronie Uczelni](#) [dostęp 01.01.2021]. Zagraniczne uczelnie wyższe, z którymi WF-P UTHRad. współpracuje najintensywniej, to:

- Heinrich-Heine-Universität Düsseldorf, Düsseldorf, Niemcy;
- Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Czeskie Budziejowice, Czechy;
- Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun, Turcja;
- Pannon Egyetem, Veszprém, Węgry;

- Pädagogische Hochschule, Linz, Austria;
- Sveučilište u Zagrebu, Zagrzeb, Chorwacja;
- Tallinna Ülikool, Tallin, Estonia;
- Universidad de Oviedo, Oviedo, Hiszpania;
- Universidad de Vigo, Vigo, Hiszpania;
- Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Vila Real, Portugalia;
- Universitatea Ștefan cel Mare, Suczawa, Rumunia;
- Universitatea Transilvania din Brașov, Braşzów, Rumunia;
- Univerzita Konštantína Filozofa v Nitre, Nitra, Słowacja;
- Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici, Bańska Bystrzyca, Słowacja;
- Univerzita svätého Cyrila a Metoda v Trnave, Słowacja.