

PROGRAM STUDIÓW

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA:

nazwa kierunku studiów	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
profil kształcenia	praktyczny
prowadzone w siedzibie czy filii	w siedzibie uczelni
tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
forma lub formy studiów	studia stacjonarne oraz studia niestacjonarne
liczba semestrów konieczna do ukończenia studiów	4 semestry
liczba ECTS konieczna do ukończenia studiów	120 ECTS
łącznie liczba godzin zajęć w programie studiów (największa dla całego programu, bez praktyk)	915 godzin
rok rozpoczęcia cyklu kształcenia	2019/2020

I. EFEKTY UCZENIA SIĘ

Absolwent studiów uzyskuje kwalifikację pełną na poziomie 7 Polskiej Ramy Kwalifikacji.

Efekty uczenia się odnoszą się do następujących dyscyplin:

nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina dz.n. społecznych) – dyscyplina wiodąca	56 % ECTS
nauki o kulturze i religii (dziedzina dz.n. humanistycznych)	35 % ECTS
nauki o polityce i administracji (dziedzina dz.n. społecznych)	6 % ECTS
nauki prawne (dziedzina dz.n. społecznych)	2 % ECTS
psychologia (dziedzina dz.n. społecznych)	1 % ECTS

Symbol efektu	ABSOLWENT:
	Wiedza:
DKS2_W01	Ma rozszerzony i pogłębiony zasób wiedzy dotyczącej mediów masowych i Internetu w zakresie dziennikarstwa, zorientowanej na praktyczne wykorzystanie w tworzeniu materiałów o tematyce kulturalnej, społecznej i politycznej oraz w prowadzeniu działalności promocyjno-reklamowej w tym zakresie. Rozumie uwarunkowania i mechanizmy określające potrzeby, możliwości i zachowania odbiorców i użytkowników mediów w obszarze tematyki społeczno-kulturalnej.
DKS2_W02	Ma szczegółową wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej, nauk politycznych, stosunków międzynarodowych, prawa i psychologii dotyczącą różnych aspektów działania mass mediów, Internetu i agencji promocyjno-reklamowych, zorientowaną na efektywne wykonywanie pracy dziennikarskiej i skuteczne prowadzenie działań promocyjno-reklamowych.
DKS2_W03	Ma rozszerzoną wiedzę o uwarunkowaniach i funkcjonowaniu instytucji medialnych w systemie społecznym, o ich zależnościach od różnych instytucji i struktur społecznych, powinności na rzecz różnych grup i środowisk oraz o miejscu i roli działań promocyjno-reklamowych w tworzeniu i rozwijaniu nowatorskich rozwiązań w kulturze i życiu społecznym.
DKS2_W04	Ma szczegółową wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu różnych instytucji medialnych w zakresie zbierania i redagowania materiałów dziennikarskich oraz o zasadach działania agencji i firm promocyjno-reklamowych. Ma wiedzę o organizacji pracy reporterskiej i redakcyjnej prowadzonej samodzielnie i zespołowo, oraz o realizacji działań promocyjno-reklamowych przez agencje i firmy public relations.
DKS2_W05	Ma rozszerzoną wiedzę o intelektualnych, emocjonalnych i etycznych aspektach pracy dziennikarza jako obserwatora rzeczywistości i twórcy reporterskich relacji. Zna i rozumie podstawowe dylematy intelektualne i moralne związane z działalnością promocyjną i reklamową dotyczącą kształtowania ludzkich postaw.
DKS2_W06	Ma pogłębioną wiedzę o metodach i dobrych praktykach w pracy redakcyjnej, o stosowaniu norm etyki dziennikarskiej i zasad odpowiedzialności społecznej. Rozumie mechanizmy konkurencji i rywalizacji w dziedzinie dziennikarstwa oraz między firmami promocyjnymi i reklamowymi. Docenia wymogi kreatywności i innowacyjności jako wyznaczników sukcesu zawodowego i pozycji instytucji medialnej lub agencji promocyjno-reklamowej.
DKS2_W07	Ma pogłębioną wiedzę o odbiorcach mediów i użytkowaniu mediów przez różne grupy społeczne oraz ich reakcjach na działania promocyjno-reklamowe. Umie interpretować badania marketingowe i społeczne w zakresie recepcji mediów i działań promocyjnych. Zna aktualną wiedzę dotyczącą potrzeb i preferencji społecznych w zakresie uczestnictwa w kulturze i życiu społecznym.
DKS2_W08	Ma pogłębioną wiedzę o zmianach instytucjonalnych i strukturalnych w mediach masowych i firmach

	promocyjnych działających w sposób tradycyjny (offline) i w komunikacji sieciowej (online). Zna praktyczne zastosowania nowych rozwiązań w pracy dziennikarskiej i realizacji kampanii promocyjnych.
DKS2_W09	Zna i rozumie podstawowe regulacje dotyczące prawa autorskiego i ochrony własności intelektualnej oraz odpowiedzialności za zarządzanie własnością intelektualną i respektowanie praw osób trzecich w zakresie korzystania z ich dorobku w pracy redakcyjnej i działaniach promocyjno-reklamowych.
DKS2_W10	Zna zasady i sposoby pracy dziennikarskiej w formie indywidualnej przedsiębiorczości. Ma niezbędną do tego wiedzę z dziedziny medioznawstwa, nauk o komunikacji społecznej, kulturoznawstwa, ekonomiki kultury i psychologii umożliwiającą kreatywne myślenie, samoorganizację i efektywne zarządzanie efektami własnej pracy.
	Umiejętności:
DKS2_U01	Umie korzystać z różnych źródeł informacji, weryfikować ich prawdziwość i interpretować je w szerszym kontekście, pełniej ukazującym rzeczywistość. Umie przedstawiać różne punkty widzenia pokazując podobieństwa i różnice między nimi. W działalności promocyjno-reklamowej potrafi krytycznie oceniać wiarygodność i trafność argumentacji perswazyjnej.
DKS2_U02	Rozumie kluczową rolę mediów w obecnej rzeczywistości, rozumie potrzebę samorozwoju oraz świadomego kierowania własną karierą zawodową w formule samozatrudnienia i w warunkach rynkowej konkurencji.
DKS2_U03	Umie określać główne problemy nurtujące społeczeństwo, umie je analizować z punktu widzenia prawa, polityki, ekonomii, kulturoznawstwa, psychologii, socjologii; potrafi opatrzyć dziennikarską relację autorskim komentarzem.
DKS2_U04	Umie określić charakter i znaczenie relacjonowanych zdarzeń i zjawisk, ukazać je w kontekście przemian kulturowych i społecznych, stosując do medialnego opisu rzeczywistości kategorie, koncepcje i teorie współczesnej humanistyki i studiów kulturowych. Potrafi dokonać krytycznej analizy zachodzących zmian w perspektywie bliższych i dalszych ich skutków społecznych i wpływu na kulturę.
DKS2_U05	Potrafi stosować w praktyce dziennikarskiej i promocyjno-reklamowej zasady etyki zawodowej i kodeksu dobrych praktyk, godząc cele i dążenia instytucji medialnej oraz zleceniodawcy kampanii promocyjnej z wymogami społecznej odpowiedzialności mediów i standardami rozwiązywania konfliktów na tle różnic poglądów, gustów i upodobań różnych grup społecznych.
DKS2_U06	Potrafi przedstawiać swoje zdanie w sposób merytoryczny i komunikatywny, umie analizować i zwięźle omawiać poglądy innych osób, wyciągać z nich logicznie wnioski oraz formułować syntetyczne podsumowania uwzględniające różne punktów widzenia.
DKS2_U07	Umie wykorzystywać w pracy dziennikarskiej i promocyjno-reklamowej wiedzę nabytą w toku studiów do ujmowania opisywanych zdarzeń lub promowanych idei w kontekście czynników określających skuteczność działań komunikacyjnych, warunkujących ich wpływ na odbiorców mediów.
DKS2_U08	Potrafi określić istotę problemów zawodowych dziennikarzy i pracowników public relations i rozwiązywać je w zakresie własnej praktyki zawodowej, wykorzystując do tego najnowsze środki techniczne, rozwiązania organizacyjne oraz metody komunikowania sieciowego.
DKS2_U09	Posiada umiejętności stosowania nowatorskich rozwiązań, rozumie wagę kreatywnego myślenia w praktyce dziennikarskiej oraz działaniach promocyjno-reklamowych w zakresie zbierania, redagowania i przekazywania informacji i opinii dotyczących istotnych zjawisk społeczno-kulturowych.
DKS2_U10	Zna tradycyjne i nowoczesne środki przekazu informacji za pomocą których potrafi realizować dziennikarskie relacje na różne tematy, przeznaczone dla różnych grup odbiorców, o różnych

Program studiów:

dziennikarstwo i komunikacja społeczna, studia drugiego stopnia, profil praktyczny, Warszawa, 2019/2020

	kompetencjach odbiorczych i potrzebach poznawczych, w tym także dla odbiorców wymagających pogłębionego ujmowania opisywanych zjawisk społecznych, z uwzględnieniem wiedzy o kulturze.
DKS2_U11	Umie tworzyć i redagować teksty dziennikarskie o tematyce kulturalnej i społecznej w zakresie podstawowych gatunków dziennikarskich (reportaż, publicystyka, wywiad, recenzja, sylwetka), umie pisać i redagować materiały dla mediów w zakresie szeroko ujmowanej działalności promocyjno-reklamowej.
DKS2_U12	Umie przedstawić siebie i przygotowaną wypowiedź przed obiektywem kamery i mikrofonem radiowym odpowiednio do formuły gatunkowej programu, poruszanej tematyki i odbiorcy docelowego. Potrafi stosować w praktyce reguły retoryki, polemiki i debaty. Umie dostosować wypowiedź do specyfiki komunikacji multimedialnej i sieciowej.
DKS2_U13	Zna język obcy na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.
	Kompetencje społeczne:
DKS2_K01	Ma wykształconą potrzebę ustawicznego pogłębiania i poszerzania swojej wiedzy, potrafi tę wiedzę przekazać w sposób inspirujący i przekonujący innych do rozszerzania własnych kompetencji zawodowych i społecznych.
DKS2_K02	Posiada kompetencje związane z inteligencją społeczną, ułatwiające pracę w zespołach dziennikarskich, pełnienie różnych ról w procesie zbierania i redagowania informacji, wydawania i wykonywania poleceń.
DKS2_K03	Posiada kompetencje umożliwiające dostosowanie swojej pracy do priorytetów instytucji nadawczej i firmy promocyjno-reklamowej, wykonując zadania we wskazanych ramach czasowych i zgodnie z zaleceniami przełożonych.
DKS2_K04	Jako dziennikarz stykający się bezustannie z konfliktami społecznymi, ludzkimi problemami i dylematami etycznymi rozstrzyga je kierując się poszanowaniem praw i interesów ludzi, których dotyczy relacja, oraz prawem odbiorców do uzyskania rzetelnej informacji i uczciwego opisu rzeczywistości.
DKS2_K05	Rozumiejąc kolektywny charakter pracy w mediach potrafi uczestniczyć we wspólnym redagowaniu materiałów dziennikarskich i zespołowej realizacji kampanii promocyjno-reklamowych. Kierując się nabytą wiedzą przewiduje możliwe skutki wykonywanych zadań i tak wpływa na współpracowników, aby ograniczyć ryzyko skutków niepożądanych.
DKS2_K06	Rozumie, że praca w mediach i firmach promocyjno-reklamowych wymaga ciągłego doskonalenia umiejętności warsztatowych i krytycznego myślenia, opartego na wciąż aktualizowanej wiedzy o rzeczywistości czerpanej z różnych dyscyplin nauki i dziedzin badawczych.
DKS2_K07	Działając w warunkach silnej konkurencji, stale rozwija nawyk kreatywnego myślenia, poszukiwania nowych środków i metod przekazu informacji oraz nowatorskiego korzystania z multimedialnej komunikacji sieciowej. Rozwija dyspozycje do samodzielnej działalności informacyjnej oraz promocyjnej i reklamowej w środowisku sieci.

Symbol efektu kierunkowego tworzą:

- literowy skrót oznaczenia kierunku studiów i podkreślnik – oznaczenie kierunku studiów,
- litera W, U lub K – kategoria, odpowiednio: wiedza, umiejętności, kompetencje społeczne,
- numer porządkowy nadawany w ramach kategorii.

Efekty uczenia się zostały oryginalnie przyjęte *Uchwałą nr 6/2016 Senatu SWPS Uniwersytetu Humanistycznospołecznego z dnia 11 marca 2016 r. w sprawie utworzenia w Wydziale Nauk Humanistycznych i Społecznych kierunku studiów drugiego stopnia o profilu praktycznym pod nazwą Dziennikarstwo i komunikacja społeczna i przyjęcia efektów kształcenia.*

II. OPIS PROCESU PROWADZĄCEGO DO UZYSKANIA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

1. WSKAŹNIKI

	STUDIA STACJONARNE	STUDIA NIESTACJONARNE
łączna liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	ponad 60 ECTS	nie określa się
łączna 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	kierunek jest przyporządkowany do dyscyplin w ramach nauk humanistycznych i nauk społecznych	kierunek jest w przyporządkowany do dyscyplin w ramach nauk humanistycznych i nauk społecznych
wymiar praktyk zawodowych oraz liczba punktów ECTS	3 miesiące, 8 ECTS, 240 godzin	3 miesiące, 8 ECTS, 240 godzin
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom kształtującym umiejętności praktyczne	ponad 60 ECTS	ponad 60 ECTS
łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru [min 30%]	co najmniej 36 ECTS	co najmniej 36 ECTS
łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów	915	714
łączna liczba punktów ECTS uzyskiwana w ramach kształcenia z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość	nie przekracza 60 ECTS	nie przekracza 60 ECTS
liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego na studiach stacjonarnych	60 godzin, 0 ECTS	nie dotyczy

2. ZAJĘCIA

Zajęcia obowiązkowe

Studenci realizują zajęcia obowiązkowe zgodnie z poniższymi wymiarami.

Nazwa przedmiotu	ECTS
Media masowe w komunikacji społecznej	6
Dziennikarski opis rzeczywistości	6
Podstawy ekonomiki i prawa w mediach	6
Uwarunkowania i konteksty działania mediów	6
Informacja i informatyzacja	6
Kreatywna komunikacja	6
Design thinking	5
Proseminarium dyplomowe	3

Program studiów:

dziennikarstwo i komunikacja społeczna, studia drugiego stopnia, profil praktyczny, Warszawa, 2019/2020

Media a życie społeczne	12
Seminarium magisterskie – I	6
Dziennikarstwo a globalizacja	8
Seminarium magisterskie – II	6
razem	76

Zajęcia specjalnościowe

Studenci realizują zajęcia specjalnościowe od 2 semestru, w łącznym wymiarze 36 ECTS.

Specjalności na kierunku studiów:

- PR i kreatywna komunikacja
- Specjalność dziennikarska
- Budowanie marki pracodawcy (Employer Branding)

Studenci realizują zajęcia specjalnościowe zgodnie z poniższymi wymiarami:

Specjalność	Nazwa przedmiotu	ECTS
PR i kreatywna komunikacja	PR i kreatywna komunikacja I	12
	PR i kreatywna komunikacja II	12
	PR i kreatywna komunikacja III	12
Specjalność dziennikarska	Specjalność dziennikarska I	12
	Specjalność dziennikarska II	12
	Specjalność dziennikarska III	12
Budowanie marki pracodawcy (Employer Branding)	Employer Branding I	12
	Employer Branding II	12
	Employer Branding III	12

Opis sposobów weryfikacji efektów uczenia się

Osiągnięcie efektów uczenia się weryfikowane jest w procesie zaliczania poszczególnych zajęć na podstawie zadań określonych w sylabusach zajęć. Metody weryfikacji efektów uczenia się przewidują ocenę zdolności zastosowania wiedzy i umiejętności w projektach praktycznych oraz ocenę kompetencji społecznych w trakcie procesu pracy projektowej. W szczególności stosowane są następujące metody:

- Do oceny wiedzy:
 - o praca pisemna;
 - o sprawdzian pisemny, także w formie testu z wyborem odpowiedzi;
 - o sprawdzian ustny;
 - o przygotowane i przedstawienie prezentacji.
- Do oceny umiejętności:
 - o przygotowane i przedstawienie prezentacji;
 - o przygotowanie i przeprowadzenie ćwiczenia/zadania;
 - o projekt indywidualny;
 - o projekt grupowy.
- Do oceny kompetencji społecznych:
 - o praca w grupie w różnych rolach i komunikacji w grupie;
 - o omówienie projektu i jego jakości;
 - o rozwiązywanie problemów;
 - o dyskusje.

3. PRAKTYKI

Studenci realizują praktyki w wymiarze 3 miesięcy, łącznie 8 punktów ECTS i 240 godzin praktyk.

Praktyki mogą być realizowane w częściach.

Praktyki studenckie mają na celu uzyskanie przez studenta umiejętności i kompetencji pod opieką osoby zajmującej się wykonywaniem pracy związanej z efektami uczenia się oraz w realnych warunkach wykonywania takiej pracy. Miejsca praktyk są dobierane przez uczelnię, możliwe jest także – na wniosek studenta – odbywanie praktyki indywidualnej w miejscu wybranym przez studenta, po uprzednim uzyskaniu zgody uczelni. Efekty uczenia się dla praktyk są weryfikowane przed potwierdzeniem ich zaliczenia.

4. PRACA DYPLOMOWA

Student wykonuje pracę dyplomową, która jest autorskim opracowaniem przeprowadzonych badań, studium przypadku lub zagadnienia na podstawie literatury.

Proces przygotowania pracy dyplomowej trwa 2 semestry.

5. EGZAMIN DYPLOMOWY

Warunkiem ukończenia studiów jest złożenie egzaminu dyplomowego.