

16	IC1/14	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	15	15											15	1	Z, E											1		
17	IC1/15	Polski system medialny	30	30					30	2	Z, E																		2	
18	IC1/16	Systemy medialne na świecie	30	30								30	2	Z, E															2	
19	IC1/17	Tradycyjne gatunki dziennikarskie	50	20	30				20	30	5	Z, ZO, E																	5	5
20	IC1/18	Prawo prasowe	15	15					15	1	ZO																		1	
21	IC1/19	Ćwiczenia do wyboru ^[1]	15		15														15	1	ZO								1	
22	IC1/20	Pracownia prasowa z etyką dziennikarską	30			30				30	3	ZO																	3	3
23	IC1/21	Pracownia radiowa z etyką dziennikarską	30			30							30	3	ZO														3	3
24	IC1/22	Pracownia telewizyjna z etyką dziennikarską	30			30									30	3	ZO												3	3
25	IC1/23	Media cyfrowe	45	15	30													15	30	2	Z, ZO, E								2	2
26	IC1/24	Podstawy public relations	20	20																			20		2	Z, E		2	2	
27	IC1/25	Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych	30			30				15	2	ZO		15	2	ZO													4	2
28	IC1/26	Pozycjonowanie tekstów w Internecie (SEM i SEO)	15			15											15	1	ZO										1	
29	IC1/27	Podstawy montażu radiowego	10			10				10	1	ZO																	1	
30	IC1/28	Podstawy montażu filmowego	10			10				10	1	ZO																	1	
31	IC1/29	Dziennikarskie źródła informacji	20		20										20	1	ZO												1	
32	IC2/30	Klasyczne podstawy retoryki współczesnej	45	15		30				15	30	3	Z, ZO, E																3	3
33	IC2/31	Literatura i media	30			30								30	2	ZO													2	2
34	IC2/32	Biografistyka	15			15											15	1	ZO										1	1
35	IC2/33	Literatura podróżnicza	15			15																15	1	ZO				1	1	
36	IC2/34	Literatura faktu i faktopisarstwo	15		15									15	1	ZO													1	1
37	IC2/35	Historia reportażu w Polsce i na świecie	20				20												20	1	ZO								1	1
38	IC2/36	Główne nurty w literaturze polskiej i światowej XX i XXI w.	60				60															30	1	ZO		30	1	ZO	2	2
39	IC3/37	Kultura języka ^[2]	60			60				15	1	ZO		15	1	ZO					15	1	ZO						4	4
40	IC3/38	Retoryka dziennikarska z erystyką	45	15		30								15	30	4	Z, ZO, E												4	4
41	IC3/39	Podstawy teorii tekstu	30			30																	30	1	ZO				1	1
42	IC3/40	Edytorstwo	15			15																15	1	ZO					1	1
43	IC3/41	Językowe przygotowanie tekstu	30			30								30	2	ZO													2	2
44	IC3/42	Warsztat tekstu informacyjnego	30			30													30	3	ZO								3	3
45	IC3/43	Warsztat reportażu medialnego ^[3]	25			25																25	2	ZO					2	2

46	IC3/44	Warsztaty scenopisarskie na potrzeby mediów	20			20															20	2	ZO	2	2										
47	IC3/45	Nauka o komunikowaniu	50	20	30				20	30	5	Z, ZO, E												5	5										
Przedmioty kierunkowe do wyboru																																			
48	IC4/46	Seminarium licencjackie	60					60													30	5	Z		30	6	Z	11	11						
49	IC4/47	Przedmiot poszerzający wiedzę (opcja I)	40				40														20	3	ZO		20	3	ZO	6	6						
50	IC4/48	Przedmiot do wyboru (opcja II)	60				60			15	1	ZO		15	1	ZO		15	1	ZO								4							
51	IC4/49	Przedmiot ogólnouczelniany	30	30									30		2	Z												2							
52	IC4/50	Projekt specjalnościowy	0												1	ZO												2	2						
53	IC4/51	Analiza dyskursu medialnego	10				10							10	1	ZO												1							
Razem:			1500	370	275	605	190	60	0	130	230	28		45	160	14		45	230	20		75	170	20		30	225	20		45	115	18		120	77

^[1] W ramach Ćwiczeń do wyboru student/ka może uczestniczyć w wybranych ćwiczeniach (*Media społecznościowe* lub *Dziennikarstwo online*). Obowiązkowo musi zaliczyć przynajmniej jedno ćwiczenie.

^[2] W semestrze 1: *Warsztaty ortograficzno-interpunkcyjne*; w semestrze 2: *Warsztaty ortofoniczne*; w semestrze 3: *Poprawność leksykalno-fleksyjna*; w semestrze 4: *Poprawność składniowo-stylistyczna*

^[3] Do wyboru reportaż prasowy i telewizyjny.

***¹ W ramach **Przedmiotu poszerzającego wiedzę** student/ka może uczestniczyć w wybranych ćwiczeniach (różnych niż te, które znajdują się w programie studiów dla specjalności, którą wybrał/a). Obowiązkowo musi zaliczyć przynajmniej jedno konwersatorium.

semestr 5: IC4/47/A *Analiza gier*; IC4/47/B *Dziennikarstwo we Lwowie w XIX wieku*; IC4/47/C *Kultura audiowizualna*; IC4/47/D *Dziennikarstwo w Wilnie w XIX wieku*

semestr 6: IC4/47/E *Wywiad – warsztaty*; IC4/47/F *Krytyka literacka*; IC4/47/G *Współczesne portale społecznościowe jako medium dyskursu publicznego*; IC4/47/H *Warsztat krótkich form prasowych*.

****² W ramach **Przedmiotu do wyboru** student/ka może uczestniczyć w wybranym konwersatorium. Obowiązkowo musi zaliczyć przynajmniej jedno konwersatorium w semestrze. Propozycje corocznie podaje Dyrekcja IPIID;

w semestrze 1: IC4/48/A *Kultura mniejszości narodowych i etnicznych*; IC4/48/B *Język polityki i reklamy*; IC4/48/C *Dziennikarstwo sportowe* lub *Regionalizm i lokalizm w Unii Europejskiej*;

w semestrze 2: IC4/48/D *Problemy kultury współczesnej*; IC4/48/E *Media regionalne i lokalne*; IC4/48/F *Kultura regionu*;

w semestrze 3: IC4/48/G *Analiza językowo-stylistyczna tekstów medialnych*; IC4/48/H *Nazwy własne – odmiana, wymowa i pisownia*; IC4/48/I *Kultury pogranicza* lub *Uniwersalizm i pluralizm kultury Europy*;

w semestrze 4: IC4/48/J *Media w UE*; IC4/48/K *Warsztat felietonu*; IC4/48/L *Formy narracji audiowizualnych*.

Szkolenie BHP i biblioteczne:

Student zobowiązany jest do zaliczenia szkolenia BHP w wymiarze 4 godzin oraz szkolenia bibliotecznego.

Łączna liczba punktów ECTS uzyskanych:

1. Za zajęcia z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejsza niż 5 pkt ECTS - w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub społeczne 5 pkt
2. W ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne - pkt ECTS (dla profilu praktycznego)- nie dotyczy
3. W ramach zajęć związanych z prowadzonymi badaniami naukowymi (93-98) pkt ECTS (dla profilu ogólnoakademickiego)

Harmonogram został ustalony na posiedzeniu **Rady Dydaktycznej Kolegium Nauk Humanistycznych w dniu 06.05.2021 r.**

Harmonogram studiów

Kierunek: **Dziennikarstwo i komunikacja społeczna**

Poziom studiów: **I stopień**

Profil: ogólnoakademicki

Forma studiów: **stacjonarne**

Realizacja od roku akademickiego **2021/2022**

Specjalność: **media i broker informacji**

L.p.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Forma zajęć							I ROK				II ROK				III ROK						Łączna liczba punktów ECTS	Punkty ECTS powiązane z działalnością naukową								
			Razem	Wykład	Ćw. Audytoryjne	Ćw. Warsztatowe	Ćw. konwersatoryjne	Seminarium	Inne	1 semestr			2 semestr		3 semestr			4 semestr			5 semestr					6 semestr							
										Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.			ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia		
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33			
	1	2																															
Przedmioty specjalnościowe																																	
1	II A1	Krytyka teatralna i filmowa	30			30								30	2	ZO															2	2	
2	II A2	Eseistyka - warsztaty	20			20																						20	2	ZO	2	2	
3	II B3	Komunikacja interpersonalna z technikami negocjacji	30	15	15								15	15	4	Z, ZO, E															4	4	
4	II B4	Komunikacja w nowych mediach	15				15																	15	1	ZO					1		
5	II B5	Język wypowiedzi dziennikarskiej	30			30								30	3	ZO															3	3	
6	II B6	Dziennikarstwo polityczne i ekonomiczne*	45				45							15	3	ZO		15	3	ZO		15	3	ZO							9		
7	II B7	Nowe gatunki dziennikarskie	20			20																							20	2	ZO	2	2
8	II B 8	Komunikacja niewerbalna	30	15		15																	15	15	3	Z, ZO, E					3	3	
9	II B 9	Produkcja medialna	15		15																			15	1	ZO					1		
10	II B 10	Dykacja i emisja głosu	15			15																							15	2	ZO	2	
11	II B 11	Instytucjonalny PR	10			10																							10	2	ZO	2	
12	II C 12	Wprowadzenie do infobrokeringu	15	15										15	2	ZO																2	
13	II C 13	Media relations i współpraca z instytucjami	25	10			15							10	15	2	Z, ZO, E															4	
14	II C 14	Źródła informacji wraz z wyszukiwaniem i oceną jakości informacji	30	15			15											15	15	3	Z, ZO, E											3	
15	II C 15	Instytucje otoczenia mediów	15		15																								15	2	ZO	2	

16	II C 16	Tworzenie i zarządzanie projektami interaktywnymi	15	15																15	2	ZO					2							
17	II C 17	Komputerowe programy specjalistyczne**	10	10																				10	2	ZO	2							
18	II C 18	Dziennikarstwo danych	10	10																10	2	ZO					2							
19	II C 19	Analiza oraz interpretacja danych z obudową i wizualizacją informacji	20	20													20	2	ZO								2							
Przedmioty specjalnościowe do wyboru																																		
20	II D 20	Praktyka ciągła w mediach albo w różnego typu biurach lub instytucjach świadczących usługi infobrokerskie***	100					100									50	5	ZO							50	5	ZO			10			
Razem:			500	70	100	140	90	0	100	0	0	0	40	105	16		15	80	11		15	65	9		0	90	10		0	90	12	60	16	
Ogółem dla specjalności			2000	440	375	745	280	60	100	130	230	28		85	265	30		60	310	31		90	235	29		30	315	30		45	205	30	180	93

* W semestrze 2: dziennikarstwo prasowe; w semestrze 3: dziennikarstwo radiowe; w semestrze 4: dziennikarstwo telewizyjne

** Program powinien uwzględniać zagadnienia z zakresu hipertekstowego języka znaczników HTML, HTMLS, CSS.

*** Praktyka odbywa się po semestrach: drugim i czwartym (media lub instytucja prowadząca działalność infobrokerską) i jest zaliczana w semestrach: trzecim i piątym
Student/ka sam/a dokonuje wyboru instytucji do odbycia praktyki

Harmonogram został ustalony na posiedzeniu **Rady Dydaktycznej Kolegium Nauk Humanistycznych w dniu 06.05.2021 r.**

Harmonogram studiów

Kierunek: **dziennikarstwo i komunikacja społeczna**

Poziom studiów: **I stopień**

Profil: ogólnoakademicki

Forma studiów: **stacjonarne**

Realizacja **od roku akademickiego 2021/2022**

Specjalność: **reklama, koncierge i PR**

L.p.	Kod przedmiotu	Przedmiot	Forma zajęć							I ROK				II ROK				III ROK				Łączna liczba punktów ECTS	Punkty ECTS powiązane z działalnością naukową																		
			Razem	Wykład	Ćw. Audytoryjne	Ćw. Warsztatowe	Ćw. Konwersatoryjne	Seminarium	Inne	1 semestr		2 semestr		3 semestr		4 semestr		5 semestr		6 semestr																					
										Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia			Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia	Wykład	Ćw./Konw./ Lab.	ECTS	Forma zaliczenia										
3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33											
Przedmioty specjalnościowe																																									
1	III A1	Aktywność kulturalna współczesnego człowieka*	30		30																			20	2	ZO		10	1	ZO					3	3					
2	III A2	Sztuka w przekazie reklamowym	15	15								15	3	ZO																						3					
3	III B3	Komunikacja interpersonalna z technikami negocjacji	30	15	15							15	15	4	Z, ZO, E																					4	4				
4	III B4	Pracownia form reklamowych	70	25		45						10	30	5	Z, ZO	15	15	3	Z, ZO, E																		8				
5	III B5	Etykieta biznesu (savoir vivre)	20			20							20	3	ZO																					3	3				
6	III B6	Wystąpienia publiczne i teksty użytkowe	45	15		30										15	30	3	Z, ZO																	3	3				
7	III B7	Emisja głosu	15			15																														15	2	ZO	2		
8	III B8	Techniki perswazji z elementami autoprezentacji	30			30																		30	2	ZO											2				
9	III B9	Komunikacja niewerbalna	30	15		15														15	15	3	Z, ZO, E														3	3			
10	III B10	Zarządzanie informacją z elementami zarządzania kryzysowego	15				15																15	2	ZO												2				
11	III B11	Podstawy komunikacji marketingowej	20	20								20	3	Z, E																							3				
12	III B12	Marketing terytorialny z elementami kreacji marki miejsca	30	15	15																						15	15	4	Z, ZO, E								4			
13	III B13	Język reklamy	30	10			20																													10	20	5	Z, ZO	5	5
14	III B14	Komputerowe programy specjalistyczne**	10			10																														10	2	ZO	2		
15	III B15	Psychologia reklamy	10	10																																10	3	ZO	3		

Przedmioty specjalnościowe do wyboru																																					
16	III C15	Praktyka ciągła w administracji publicznej, studiach reklamowych i PR oraz różnego typu biurach lub instytucjach***	100						100									50	5	ZO								50	5	ZO						10	
Razem:			500	140	60	165	35	0	100	0	0	0		60	65	18		30	95	11		15	80	9		15	75	10		20	45	12		60	21		
Ogółem dla specjalności			2000	510	335	770	225	60	100	130	230	28		105	225	32		75	325	31		90	250	29		45	300	30		65	160	30		180	98		

* W semestrze 4 *Teatr i kino*, semestrze 5 *Muzyka*

** Program powinien uwzględniać zagadnienia z zakresu hipertekstowego języka znaczników HTML, HTMLS, CSS.

*** Praktyka odbywa się po semestrach: drugim i czwartym i jest zaliczana w semestrach: trzecim i piątym
Student/ka sam/a dokonuje wyboru instytucji do odbycia praktyki

Harmonogram został ustalony na posiedzeniu **Rady Dydaktycznej Kolegium Nauk Humanistycznych** w dniu **06.05.2021 r.**