**OGÓLNY OPIS PROGRAMU STUDIÓW**

|  |
| --- |
| **Dane podstawowe** |
| Nazwa wydziału | Wydział Filologiczny |
| Nazwa kierunku studiów w języku polskim | Projektowanie mediów |
| Nazwa kierunku studiów w języku angielskim | Media Design |
| Poziom studiów | II stopień |
| Profil kształcenia | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Liczba semestrów | 4 |
| Język, w którym prowadzone są studia | Język polski |
| Tytuł zawodowy nadawany absolwentom | Magister |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje program studiów | 2024/2025 |
| **Koncepcja kształcenia** |
| Cele kształcenia, wskazanie związku koncepcji kierunku studiów ze Strategią Rozwoju UWr | Koncepcja kształcenia na kierunku Projektowanie mediów jest ściśle powiązana z misją i głównymi celami strategicznymi UWr, zatwierdzonymi Uchwałą Senatu nr 34/2020, opisującą strategię rozwoju UWr. Jej fundamentem jest poszukiwanie prawdy i wiedzy, przekazywanie tych wartości młodemu pokoleniu oraz ciągły rozwój i podnoszenie jakości kształcenia w oparciu o wysoki poziom badań naukowych oraz rozwój kadry naukowej i dydaktycznej. Koncepcja kształcenia opiera się również na współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym mającym realny wpływ na proces nauczania. Jego celem jest nie tylko merytoryczne przygotowanie do podjęcia pracy, ale także przygotowanie do funkcjonowania i aktywności w społeczeństwie poprzez wyznaczanie wysokich standardów, w tym także etycznych.  |
| Sylwetka absolwenta | Absolwent kierunku Projektowanie mediów niezależnie od wyboru specjalności posiada wiedzę oraz umiejętności pozwalające na podjęcie pracy w jednostkach naukowych zajmujących się badaniem mediów i szeroko pojętej komunikacji społecznej. Dwie specjalności oferowane w ramach kierunku, czyli Webcontent & Social Media oraz Public & Media Relations, sprofilowane są na dostarczaniu odmiennej wiedzy oraz na kształceniu i doskonaleniu odmiennych umiejętności. Pierwsza z nich przygotowuje przede wszystkim do realizowania roli badacza mediów cyfrowych oraz mediów społecznościowych, a także pracownika mediów, zwłaszcza cyfrowych, a także wspierających się w swojej działalności mediami internetowymi, w tym wykorzystujących komunikację przy pomocy mediów społecznościowych. Absolwent specjalności Webcontent & Social Media tym samym posiada wiedzę i umiejętności niezbędne do pełnienia roli analityka mediów internetowych oraz dziennikarza i redaktora w mediach współczesnych, stawiających przed ich pracownikami wymóg wszechstronności w zakresie tworzenia treści dla różnych kanałów komunikowania się z odbiorcami, konieczny do pełnienia roli twórcy kontentu słownego, audialnego, filmowego i cyfrowego. Druga ze specjalności, Public & Media Relations, posiada w programie przedmioty dostarczające wiedzę oraz kształcące umiejętności potrzebne do realizacji analityka różnego rodzaju przestrzeni komunikowania profesjonalnego, a także do wypełniania zadań stawianych przed pracownikami tzw. sektorów kreatywnych, m.in. w zakresie prowadzenia profili brandowych, tworzenia kampanii reklamowych, przygotowywania treści na profile w mediach społecznościowych, angażowania społeczności wokół profili w tych mediach, a także tworzenia nowoczesnych i efektywnych internetowych strategii komunikacji marketingowej. Absolwent tej specjalności jest gotowy do pełnienia obowiązków pracownika agencji PR, a także wszelkich firm i organizacji mających w swojej strukturze jednostki specjalizujące się w realizacji kampanii promocyjnych, utrzymywania kontaktów z mediami oraz odpowiedzialnych za opracowywanie strategii komunikacyjnych skierowanych zarówno na zewnątrz organizacji, jak i wewnątrz.  |
| Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych prowadzenia studiów. | Kierunek Projektowanie mediów jest odpowiedzią na potrzeby współczesnych społeczeństw i gospodarek, w których rzetelna informacja staje się kluczowym kapitałem. Absolwenci kierunku przygotowani są do pełnienia roli badacza mediów i różnorodnych mechanizmów komunikacyjnych, a także są przygotowani do pełnienia roli dziennikarza oraz menedżera mediów, a także pracownika różnorodnych instytucji okołomedialnych. Absolwent zgodnie z zaplanowanymi efektami uczenia się w trakcie studiów pozyskuje specjalistyczną i pogłębioną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, umiejętności badawcze służące analizie zjawisk medialnych, w tym manipulacji i dezinformacji, a także liczne kompetencje służące pracy w roli badacza mediów. Równocześnie zyskuje wiedzę i umiejętności niezbędne do realizacji pracy w mediach cyfrowych. Dużą zaletą studiów jest wyposażanie ich absolwentów w wszechstronną wiedzę oraz umiejętności potrzebne do przygotowywania kontentu słownego, audialnego oraz filmowego, dzięki czemu są oni przygotowani do realizacji bardzo różnorodnych zadań związanych z komunikacją medialną i okołomedialną.  |
| Dziedzina nauki, do której odnoszą się efekty uczenia się | Dziedzina nauk społecznych |
| Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się | Nauki o komunikacji społecznej i mediach |

**PROGRAM STUDIÓW**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa wydziału | WydziałFilologiczny |
| Nazwa kierunku studiów | Projektowanie mediów |
| Poziom studiów | II stopnia |
| Profil kształcenia | Ogólnoakademicki |
| Program obowiązuje od roku akademickiego | 2024/2025 |

1. **Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych na podstawie efektów uczenia się.**

|  |  |
| --- | --- |
| Dziedzina nauki | Dyscyplina naukowa |
| Dziedzina nauk społecznych | Nauki o komunikacji społecznej i mediach |

1. **Tabela procentowego udziału liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Dziedzina nauki** | **Dyscyplina naukowa** | **Procentowy udział liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów** |
| Dziedzina nauk społecznych | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | 100% |

**3. Informacje ogólne o programie studiów.**

|  |  |
| --- | --- |
| Liczba semestrów | 4 |
| Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów  | 120  |
| Tytuł zawodowy nadawany absolwentom | magister  |
| Forma studiów | studia stacjonarne |
| Kod ISCED | 0388 |
| Liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru  | 63 |
| Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia | 120 |
| Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych  | 6 |
| Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka obcego nowożytnego  | 4 |
| Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka polskiego dla cudzoziemców na studiachw języku polskim  | 8 |
| Łączna liczba godzin zajęć w programie studiów | 889 |

**Rok studiów: I**

**Semestr: pierwszy**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LP.** | **Nazwa przedmiotu** |  **O/W/OzW\*** | **Forma zajęć****Liczba godzin zajęć** | **Sposób weryfikacji efektów uczenia** | **Punkty ECTS** | **Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot** | **Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia** |
| **W** | **Ć** | **S** | **K** | **L** | **Suma** |
|  | Kultura współczesna | O | 30 |  |  |  |  | 30 | E | 4 | Nauki o kulturze i religii | IDiKS |
|  | Prawne aspekty funkcjonowania mediów | O | 15 |  |  |  |  | 15 | E | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Współczesny rynek medialny w Polsce | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Komunikowanie międzynarodowe i międzykulturowe | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Metody badań medioznawczych | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Teoria i historia mediów audiowizualnych | O | 30 |  |  |  |  | 30 | E | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Projektowanie graficzne | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Język obcy | OzW |  |  |  |  | 60 | 60 | E | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | SPNJO |
|  | BHP (e-learning) | O |  | 4 |  |  |  | 4 | Z | 0 |  | Dział BHP oraz Ochrony Ppoż. |
|  | RAZEM: |  | 75 | 124 |  |  | 60  | 259 |  | 30  |  |  |

**Semestr: drugi**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LP.** | **Nazwa przedmiotu** |  **O/W/OzW\*** | **Forma zajęć****Liczba godzin zajęć** | **Sposób weryfikacji efektów uczenia** | **Punkty ECTS** | **Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot** | **Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia** |
| **W** | **Ć** | **S** | **K** | **L** | **Suma** |
| 1.
 | Zarządzanie mediami | O |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Warsztat twórczego myślenia | O |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Emisja głosu | O |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Poprawność językowa | O |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 2 | Językoznawstwo | IDiKS |
|  | Warsztat creative writing | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Sztuka wystąpień publicznych |  |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Seminarium magisterskie | OzW |  |  | 30 |  |  | 30 | Z/O | 7 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Webcontent & Social Media** |
|  | Internet content | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Semiotyka mediów społecznościowych | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Podcasting | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Projektowanie stron internetowych | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Public & Media Relations** |
|  | Narzędzia Public Relations | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Zarządzanie zespołem | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Kampanie społeczne | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Etyka profesjonalnego komunikowania | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | E | 2 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | RAZEM:  |  |  | 240 | 30 |  |  | 270  |  | 30 |  |  |

**Semestr: trzeci**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LP.** | **Nazwa przedmiotu/moduły zajęć** |  **O/W/OzW\*** | **Forma zajęć****Liczba godzin zajęć** | **Sposób weryfikacji** | **Punkty ECTS** | **Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot** | **Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia** |
| **W** | **Ć** | **S** | **K** | **L** | **Suma** |
|  | Antropologia mediów i komunikacji | O | 30 |  |  |  |  | 30 | E | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS\*\* |
|  | Zarządzanie projektem | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Krótkie formy filmowe | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Seminarium magisterskie | OzW |  |  | 30 |  |  | 30 | Z/O | 7 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Webcontent & Social Media** |
|  | Zarządzanie mediami społecznościowymi | OzW |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | User experience design  | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Jakościowa publicystyka on-line | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Personal branding | OzW |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Public & Media Relations** |
|  | Badanie publiczności mediów | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Event management | OzW |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Techniki perswazji i manipulacji | OzW |  | 15 |  |  |  | 15 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Trening medialny | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | RAZEM |  | 30 | 150 | 30 |  |  | 210 |  | 30 |  |  |

**Semestr: czwarty**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **LP.** | **Nazwa przedmiotu/moduły zajęć** |  **O/W/OzW**\* | **Forma zajęć****Liczba godzin zajęć** | **Sposób weryfikacji** | **Punkty ECTS** | **Dyscyplina(y) do której odnosi się przedmiot** | **Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia** |
| **W** | **Ć** | **S** | **K** | **L** | **Suma** |
|  | Dyskursy mediów | O |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Nowe media | O | 30 |  |  |  |  | 30 | E | 5 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Seminarium magisterskie | OzW |  |  | 30 |  |  | 30 | Z/O | 14 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Webcontent & Social Media** |
|  | Retoryka obrazu | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Warsztat reklamy | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
| **Specjalność Public & Media Relations** |
|  | Komunikacja kryzysowa | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 4 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | Wizerunek w mediach | OzW |  | 30 |  |  |  | 30 | Z/O | 3 | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | IDiKS |
|  | RAZEM:  |  | 30 | 90 | 30 |  |  | 150 |  | 30 |  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Projektowanie mediów****studia stacjonarne drugiego stopnia** | **SEMESTR** | **RAZEM** |
| I | II | III | IV |  |
| Liczba punktów ETCS  | 30  | 30  | 30 | 30 | 120 |
| Liczba godzin zajęć: w tymlektorat z j. obcego 60 | 259 | 270 | 210 | 150 | 889  |

**\*** Przedmiot:

obowiązkowy – O

do wyboru – W

obowiązkowy z wyborem – OzW

Przedmioty ogólnouczelniane – BHP, lektorat języka obcego, lektorat języka polskiego

**OBJAŚNIENIA**

**Formy realizacji zajęć: Sposoby weryfikacji efektów uczenia się:**

W - wykład E - egzamin

Ć - ćwiczenia Z - zaliczenie

S - seminarium Z/O – zaliczenie z oceną

K - konweratorium

L - lektorat

\*\*IDiKS – Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej

SPNJO – Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych