

Program studiów stacjonarnych II stopnia
dla kierunku dziennikarstwo i medioznawstwo
specjalność public relations i marketing medialny
dla studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2017/2018

Rok studiów: I

Moduł	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć- liczba godzin							Razem - liczba godzin	Punkty ECTS	Metoda weryfikacji efektów przypisanych do przedmiotu	Wskaźnik zajęć przygotowujących do badań dla profilu ogólnoakademickiego o literka „B”
		W	K	S	Ć	L	Wr	Pr				
Dyskursy kulturowe i ich mediatyzacje	Główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI wieku*	30			30				60	4	Wyk - zal/o; Ćw – zal	B
Problemy prawne mediów, reklamy i public relations*		30			30				60	4	Wyk – egz Ćw - zal	B
Psychologia mediów			30						30	3	zal/o	B
Media lokalne i środowiskowe		30							30	3	zal/o	B
Oddziaływanie mediów	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	30							30	3	zal/o	B
	Semiotyka mediów - studia przypadku*					30			30	4	zal/o	B
	Propedeutyka badań opinii publicznej*											
Zasoby internetowe		30							30	4	egz.	
Ekonomika mediów		30							30	4	egz.	B
Metody badań medioznawczych		30							30	3	egz.	B
Moduł językowy	Stylistyka praktyczna*				30				30	2	zal/o	
	Pragmatyka językowa	30							30	2	zal/o	
Rynki medialne: globalne i paneuropejski			30						30	2	zal/o	B
Projektowanie w PR*						30			30	3	zal/o	
Teorie PR		30							30	3	egz.	B
Językowe warsztaty PR					30				30	4	zal/o	
PR w Internecie w mediach społecznościowych i medialnych			30						30	3	zal/o	
Strategia i planowanie PR*						30			30	3	zal/o	
Proseminarium magisterskie*						30			30	3	zal	B
Wykład ogólnouniwersytecki*		30							30	3	egz	

Łączna liczba punktów ECTS – 60 (w ciągu roku)

Rok studiów: II

Moduł	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć- liczba godzin							Razem - liczba godzin	Punkty ECTS	Metoda weryfikacji efektów przypisanych do przedmiotu	Wskazanie zajęć w których studenci uczestniczą w badaniach - dla profilu ogólnoakademickie go literka „B”
		W	K	S	Ć	L	Wr	Pr				
	Zajęcia fakultatywne w j. angielskim*		30						30	3	zal/o	B
	Polityki medialne	30							30	2	zal/o	B
	Zajęcia fakultatywne*									15	zal/o	B
	Laboratorium PR					60			60	3	zal/o	
	Badania w PR		30						30	4	egz.	B
	Marketing medialny - warsztaty				30				30	4	zal/o	B
	Konwersatorium specjalistyczne I					30			30	4	zal/o	
	Konwersatorium specjalistyczne II					30			30	4	zal/o	
	Kampanie PR		30						30	4	egz.	
	Aspekty etyczne w PR		30						30	4	egz.	B
	Seminarium magisterskie*					60			60	10	zal	B
	Egzamin magisterski									0	egz.	
	Wykład ogólnouniwersytecki*	30							30	3	zal/o	

Łączna liczba punktów ECTS 60 (w ciągu roku)

Studenci zobowiązani są do zaliczenia:

- na I roku BHP i Podstawy Ochrony Własności Intelektualnej, w wymiarze nie mniej niż 4 godziny każde i po 0,5 pkt ECTS dla studentów studiów II stopnia, którzy nie realizowali ww. przedmiotów na studiach I stopnia;
- 6 ECTS wykładów ogólnouniwersyteckich.