*Załącznik nr 1 do Programu studiów*

*Opis efektów uczenia się dla kierunku Media i dziennikarstwo*

*Nabór 2022/2023*

**EFEKTY UCZENIA SIĘ NA STUDIACH I STOPNIA**

**DLA KIERUNKU MEDIA I DZIENNIKARSTWO**

**W WYŻSZEJ SZKOLE PRZEDSIĘBIORCZOŚCI I ADMINISTRACJI W LUBLINIE**

**Sylwetka absolwenta**

Absolwent studiów pierwszego stopnia o profilu praktycznym na kierunku Media i dziennikarstwo, prowadzonych w Wyższej Szkole Przedsiębiorczości i Administracji w Lublinie, jest przygotowany do podjęcia pracy zawodowej w szeroko rozumianej branży medialnej, tj. w przedsiębiorstwach i instytucjach, takich jak: stacje telewizyjne, rozgłośnie radiowe, redakcje prasowe, portale i serwisy internetowe, a także w pozostałych obszarach rynku medialnego i komunikowania społecznego: produkcji medialnej, reklamie, marketingu i public relations, w instytucjach kultury i sztuki, branży rozrywkowej, administracji, samorządach, w trzecim sektorze i w biznesie. Otrzymał także przygotowanie do założenia i prowadzenia własnej działalności gospodarczej lub pracy jako tzw. freelancer w szeroko rozumianym zakresie aktywności zawodowej, związanej w sposób praktyczny z dziennikarstwem, komunikowaniem społecznym i mediami. Jest gotowy do samodzielnej, profesjonalnej, odpowiedzialnej etycznie i społecznie aktywności w mediach tradycyjnych i tzw. nowych mediach. Potrafi w sposób praktyczny łączyć wiedzę teoretyczną z narzędziowymi i technologicznymi umiejętnościami nabytymi podczas studiów, tak celem samorozwoju, jak i indywidualnego kreowania oraz zespołowego współtworzenia dyskursów medialnych, w szczególności w formie konwergentnych przekazów audiowizualnych.

Absolwent potrafi samodzielnie i praktycznie wykorzystywać techniki i narzędzia komunikowania społecznego, w tym opracowywać, redagować, edytować i publikować zróżnicowane teksty medialne, a także osobiście występować przed kamerą i mikrofonem. Zna, rozumie i potrafi w praktyce stosować zasady produkcji mediów, od etapu kreacji, przez development i preprodukcję, do postprodukcji i publikowania przekazów. Jest świadomy i zna techniki zarządzania tekstami medialnymi w sferze publicznej. Zna specyfikę pracy w mediach publicznych i komercyjnych, rozróżnia i potrafi z łatwością syntetyzować tradycyjne formy i gatunki medialne   
z nowymi konwencjami mediów cyfrowych (social media, aplikacje, platformy). Potrafi być elastyczny   
i dostosowywać swoją pracę i oczekiwania wobec innych do realiów rynkowych, jednocześnie zachowując podstawowe standardy dziennikarskie.

W toku studiów absolwent kierunku Media i dziennikarstwo realizował autorski program dydaktyczny,   
w zakresie przedmiotów z wiedzy ogólnej takich jak: Ekonomia, Socjologia dla studentów kierunku Media   
i dziennikarstwo, Filozofia myśli politycznej i społecznej, Prawo mediów, Podstawy badań społecznych, Ochrona danych osobowych, Język obcy, Wychowanie fizyczne, a także przedmiotów z zakresu samodoskonalenia   
i przedsiębiorczości: Podstawy psychologii, Podstawy kreatywności, Kreatywny rozwój podmiotu, Autoprezentacja, Świadomość wartości, Konstruktywne rozwiązywanie konfliktów, Negocjacje i mediacje, Biznesplan.

W zakresie przedmiotów kierunkowych, program studiów przewidywał zdobycie wiedzy i umiejętności   
z interdyscyplinarnie rozumianego komunikowania społecznego i mediów, w ramach przedmiotów o tematyce: Historia i teoria komunikowania społecznego, Wstęp do kultury audiowizualnej, Współczesne formy komunikacji cyfrowej, Źródła informacji dziennikarskiej, Etyka dziennikarska, Podstawy marketingu, Mobile Journalism, Dziennikarstwo telewizyjne, radiowe i internetowe, Sztuka reportażu, Publicystyka polityczna, ekonomiczna   
i kulturalna, Teoria filmu i fotografii, Teoria gatunków dziennikarskich.

Przedmioty specjalistyczne w toku studiów, w ramach specjalności Public relations lub Nowe media obejmowały zaś praktycznie realizowaną problematykę zawartą w treści kursów – w pierwszej specjalizacji: zajęcia z zakresu Reklamy, Marketingu, Komunikacji wizualnej, Pracy rzecznika prasowego, Komunikacji wewnętrznej i kryzysowej, tworzenia strategii public relations, Społecznej odpowiedzialności biznesu, Międzynarodowego marketingu terytorialnego, Personal branding, Psychologii wpływu, perswazji i propagandy; w drugiej specjalizacji: zajęcia z zakresu Nowych mediów, Projektowania stron internetowych, Marketingu interaktywnego, Multimedia w Sieci, Projektowania graficznego, Empatycznej komunikacji, E-commerce, Mobile Journalism, Analizy i wizualizacja danych, Postprodukcji multimedialnych, Pozycjonowania tekstów w Internecie, Sztucznej inteligencji, Copywritingu, Projektowania UX. W ramach wiedzy i umiejętności praktycznych w powyższym zakresie, absolwent otrzymał również przygotowanie teoretyczne, niezbędne do krytycznego myślenia i kontekstowego posługiwania się adekwatną siatką pojęciową, w tym napisania i obrony problemowej pracy licencjackiej.

Tak opracowany program studiów pozwala na zdobycie holistycznej wiedzy o mediach i komunikowaniu społecznym, zarówno w aspekcie teoretycznym, jak i przede wszystkim praktycznym. Możliwość pogłębiania wiedzy i umiejętności w trakcie studiów bezpośrednio koresponduje z profilem Uczelni, gdzie kładziony jest nacisk na praktyczne uzyskiwanie kompetencji społecznych przez studentów, w dużej mierze we współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym, w tym Partnerami Technologicznymi. Dodatkowo, dzięki zrealizowanym praktykom zawodowym, absolwent potrafi rozwiązywać problemy zawodowe, posiada umiejętności komunikowania się z otoczeniem w miejscu pracy, sprawnego posługiwania się dostępnymi środkami i źródłami informacji oraz aktywnego uczestniczenia w pracy grupowej. Ponadto biegle orientuje się w nowoczesnych technologiach informacyjnych, a poza osiągnięciami związanymi ze wzrostem erudycji, nabywaniem wiedzy i kwalifikacji merytorycznych, rozwinął własne pozytywne cechy osobowościowe, jak i nabył kompetencji personalnych, społecznych i kulturowych.

**Specjalności:**

1. **Public relations**

Specjalność pozwala zapoznać się w praktyce ze współczesnymi zagadnieniami i pojęciami dotyczącymi reklamy, marketingu i public relations. Przedmioty objęte programem ukierunkowane są na rozwinięcie praktycznych umiejętności z zakresu wykorzystania w praktyce wiedzy o działaniach i efektach mediów, a także przygotowania do podejmowania skutecznych działań na rzecz reprezentowanej organizacji. Absolwent specjalności posiada zaawansowaną wiedzę na temat wizerunku, reputacji i tożsamości organizacji oraz ich wpływu na pozycję rynkową podmiotu. Zna metody i narzędzia kształtowania wizerunku organizacji i jej promocji, dostosowane do specyfiki podmiotu oraz sytuacji rynkowej oraz posiada wiedzę z zakresu koncepcji marketingowych i narzędzi wykorzystywanych w działalności marketingowej organizacji. Potrafi dokonać analizy i oceny doboru metod komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej (w tym strategii wizerunkowej) oraz jego wpływu na markę i pozycję podmiotu na rynku, posiada umiejętności z zakresu projektowania i realizacji strategii public relations oraz doboru i stosowania adekwatnych instrumentów i narzędzi public relations, w tym tworzenia tekstów informacyjnych i wizerunkowych oraz projektowania i realizacji systemów komunikacji wizualnej. Bazując na wiedzy i umiejętnościach medialnych, potrafi kreatywnie tworzyć skuteczne komunikaty wizerunkowe, informacyjne, promocyjne, reklamowe i sprzedażowe, odpowiednio dostosowane do danej branży i konkretnego medium. Ponadto, absolwent specjalności potrafi dokonać analizy i przygotować plan akcji marektingowej oraz posługiwać się narzędziami marketingowymi w realizacji celów rynkowych.

1. **Nowe media**

Specjalność umożliwia nabycie wiedzy oraz umiejętności z zakresu najnowszych technik cyfrowych, pozwalających uprawiać dowolny zawód z branży nowych mediów oraz w otoczeniu cyfrowym, z wykorzystaniem aktualnych możliwości dyskursywnych i technologicznych. Przedmioty objęte programem ukierunkowane są na zdobycie wiedzy z zakresu zarządzania komunikacją w mediach społecznościowych oraz technik wizualizacji informacji i kreowania wizerunku publicznego. Absolwent specjalności zna zasady prowadzenia działań marketingowych w Internecie oraz metody i technologie wykorzystywane w marketingu cyfrowym i biznesie elektronicznym, a także posiada zaawansowaną wiedzę na temat techniki cyfrowej i jej zastosowań w zakresie tworzenia, edycji i montażu materiałów multimedialnych. Potrafi dokonać analizy i oceny wartości przekazu medialnego w odniesieniu do specyfiki i trendów rozwoju nowych mediów, a także koordynować i zarządzać cyfrowymi kanałami komunikacyjnymi oraz tworzyć na ich potrzeby elementy graficzne i copywriterskie. Posiada także umiejętności z zakresu pracy w środowiskach cyfrowych, związane z posługiwaniem się wybranymi narzędziami informatycznymi, tworzeniem, edycją i montażem materiałów multimedialnych oraz projektowaniem stron internetowych i publikowaniem w Internecie. Absolwent specjalności potrafi także dokonać analizy i zaplanować działalność marketingową w Internecie oraz dobrać metody i technologie informatyczne do działań w zakresie marketingu cyfrowego i biznesu elektronicznego.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ**

**Dziedzina:** nauk społecznych

**Dyscyplina**: nauki o komunikacji społecznej i mediach

**Kierunek studiów:** Media i dziennikarstwo

**Poziom studiów:** studia pierwszego stopnia

**Profil kształcenia:** praktyczny

**Objaśnienie oznaczeń:   
MID** – efekt kierunkowy**; 1** – studia pierwszego stopnia; **W** – kategoria wiedzy; **U** – kategoria umiejętności; **K** – kategoria kompetencji społecznych; **01**, **02, 03 i kolejne** – numer efektu uczenia się

**TABELA 1. ZAMIERZONE SZCZEGÓŁOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Efekty uczenia się**  **dla kierunku** | **OPIS KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**  **Po zakończeniu studiów I stopnia na kierunku absolwent:** | **Odniesienie do efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji** |
| **WIEDZA** | | |
| MID\_W01 | ma zaawansowaną wiedzę w obszarze dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach, w tym jej relacji do pokrewnych dyscyplin naukowych | P6S\_WG |
| MID\_W02 | posiada zaawansowaną znajomość terminologii występującej  w naukach społecznych, zwłaszcza w zakresie definiowania pojęć właściwych dla nauk o komunikacji społecznej i mediach | P6S\_WG |
| MID\_W03 | zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, kulturowe oraz etyczne uwarunkowania komunikacji społecznej i mediów oraz działalności medialnej | P6S\_WK |
| MID\_W04 | w stopniu zaawansowanym zna i rozumie funkcje, procesy, poziomy i formy komunikowania oraz rozpoznaje aktorów procesu komunikowania | P6S\_WG |
| MID\_W05 | ma zaawansowaną wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się osób i instytucji medialnych i okołomedialnych z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym | P6S\_WG |
| MID\_W06 | posiada zaawansowaną wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym więzi i struktury społeczne | P6S\_WG |
| MID\_W07 | ma zaawansowaną wiedzę o metodach, narzędziach oraz technikach wyszukiwania i pozyskiwania informacji | P6S\_WG |
| MID\_W08 | ma zaawansowaną wiedzę o gatunkach i rodzajach dziennikarskich | P6S\_WG |
| MID\_W09 | zna i rozumie zasady funkcjonowania wykorzystywanych w sektorze mediów urządzeń i stosowanego do nich oprogramowania | P6S\_WG |
| MID\_W10 | zna i rozumie dylematy współczesnej cywilizacji związane z rozwojem społeczeństwa informacyjnego oraz nowych mediów i technologii komunikowania | P6S\_WK |
| MID\_W11 | posiada zaawansowaną wiedzę o zasadach tworzenia i redagowania tekstów dziennikarskich | P6S\_WG |
| MID\_W12 | posiada zaawansowaną wiedzę o zasadach tworzenia i redagowania materiałów wizualnych, audialnych i audiowizualnych | P6S\_WG |
| MID\_W13 | zna podstawowe pojęcia i zasady z zakresu BHP, ochrony własności intelektualnej, prawa mediów, prawa autorskiego oraz ochrony i bezpieczeństwa danych | P6S\_WK |
| MID\_W14 | ma zaawansowaną wiedzę w zakresie public relations i marketingu niezbędną w działalności zawodowej związanej z pracą w instytucjach medialnych i okołomedialnych | P6S\_WG |
| MID\_W15 | zna wybrane metody badawcze w zakresie nauk społecznych, w tym nauk o komunikacji społecznej i mediach | P6S\_WG |
| MID\_W16 | zna i rozumie praktyczne zastosowanie nabytej wiedzy z zakresu komunikacji społecznej i mediów w działalności zawodowej | P6S\_WG |
| MID\_W17 | zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości z zakresu komunikacji społecznej i mediów | P6S\_WK |
|  | Specjalność Public relations |  |
| MID\_W18 | ma zaawansowaną wiedzę na temat wizerunku, reputacji i tożsamości organizacji oraz ich wpływu na pozycję rynkową podmiotu | P6S\_WG |
| MID\_W19 | ma zaawansowaną wiedzę o metodach i narzędziach kształtowania wizerunku organizacji i jej promocji, dostosowanych do specyfiki podmiotu oraz sytuacji rynkowej | P6S\_WG |
| MID\_W20 | posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu koncepcji marketingowych, a także narzędzi wykorzystywanych w działalności marketingowej organizacji | P6S\_WG |
|  | Specjalność Nowe media |  |
| MID\_W21 | posiada zaawansowaną wiedzę na temat zarządzania komunikacją w mediach społecznościowych, technik wizualizacji informacji i kreowania wizerunku publicznego | P6S\_WG |
| MID\_W22 | posiada zaawansowaną wiedzę dotyczącą techniki cyfrowej i jej zastosowań w zakresie tworzenia, edycji i montażu  materiałów multimedialnych | P6S\_WG |
| MID\_W23 | posiada zaawansowaną wiedzę z zakresu zasad prowadzenia działań marketingowych w Internecie oraz metod i technologii wykorzystywanych w marketingu cyfrowym i biznesie elektronicznym | P6S\_WG |
| **UMIEJĘTNOSCI** | | |
| MID\_U01 | potrafi praktycznie wykorzystać posiadaną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach w celu identyfikowania, interpretowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań związanych z profesjonalną działalnością medialną i okołomedialną | P6S\_UW |
| MID\_U02 | potrafi prawidłowo komunikować się z otoczeniem stosując specjalistyczną terminologią z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, brać udział w debacie, przedstawiać i oceniać różne opinie oraz dyskutować o nich | P6S\_UK |
| MID\_U03 | stosując adekwatne narzędzia i wiedzę teoretyczną potrafi samodzielnie wyszukiwać, oceniać, analizować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł | P6S\_UW |
| MID\_U04 | potrafi właściwie dobierać metody i narzędzia oraz stosować zaawansowane technologie informacyjne i komunikacyjne w celu identyfikowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań związanych z działalnością medialną i okołomedialną, | P6S\_UW |
| MID\_U05 | potrafi w praktyce zawodowej posługiwać się zasadami retoryki dziennikarskiej | P6S\_UK |
| MID\_U06 | potrafi dokonać krytycznej analizy i oceny przekazu medialnego | P6S\_UW |
| MID\_U07 | potrafi samodzielnie przygotować i zredagować tekst dziennikarski w obszarze współczesnych gatunków dziennikarskich | P6S\_UW  P6S\_UK |
| MID\_U08 | potrafi samodzielnie opracować materiał wizualny, audialny i audiowizualny z użyciem wykorzystywanych w sektorze mediów urządzeń i stosowanego do nich oprogramowania | P6S\_UW |
| MID\_U09 | potrafi posługiwać się nowoczesnymi narzędziami i technikami właściwymi dla komunikacji cyfrowej, w tym opracować, zaprezentować i zamieścić treść za pomocą różnych kanałów komunikacji w Internecie | P6S\_UW  P6S\_UK |
| MID\_U10 | potrafi pozyskiwać i poddawać analizie dane niezbędne do rozwiązywania konkretnych przypadków w podstawowym zakresie odnoszącym się do zjawisk społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych) specyficznych dla komunikacji społecznej i mediów | P6S\_UW |
| MID\_U11 | posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem politycznych, ekonomicznych i społeczno-kulturowych poglądów własnych oraz innych autorów, potrafi formułować wnioski w pracy zawodowej i działalności publicznej | P6S\_UW  P6S\_UK |
| MID\_U12 | posiada umiejętność analizy, oceny i rozwiązywania konkretnych problemów w pracy specjalisty w zakresie marketingu oraz public relations | P6S\_UW |
| MID\_U13 | posiada umiejętność przygotowania prac pisemnych oraz wystąpień ustnych w zakresie właściwym dla komunikacji społecznej i mediów, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych | P6S\_UK |
| MID\_U14 | posiada umiejętności posługiwania się językiem obcym, zgodne z wymogami na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w szczególności w zakresie dyscyplin naukowych i kompetencji zawodowych, którym został przyporządkowany kierunek studiów | P6S\_UK |
| MID\_U15 | potrafi zaplanować i zrealizować projekt związany z działal­nością medialną lub promocyjno-reklamową | P6S\_UW |
| MID\_U16 | potrafi planować i organizować pracę indywidualną i zespołową oraz aktywnie i twórczo współdziałać w grupie, przyjmując w niej określone role i wykorzystując umiejętności kreatywnego myślenia i działania oraz konstruktywnego rozwiązywania konfliktów | P6S\_UO |
| MID\_U17 | rozumie potrzebę podnoszenia swoich kwalifikacji zawodowych, potrafi wyznaczać kierunki własnego rozwoju oraz samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie | P6S\_UU |
|  | Specjalność Public relations |  |
| MID\_U18 | posiada umiejętność analizy i oceny doboru metod komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej (w tym strategii wizerunkowej) oraz jego wpływu na markę i pozycję podmiotu na rynku | P6S\_UW |
| MID\_U19 | posiada umiejętności z zakresu projektowania i realizacji strategii public relations | P6S\_UW  P6S\_UK |
| MID\_U20 | posiada umiejętności z zakresu doboru i stosowania adekwatnych instrumentów i narzędzi public relations, w tym tworzenia tekstów informacyjnych i wizerunkowych oraz projektowania i realizacji systemów komunikacji wizualnej | P6S\_UW  P6S\_UK |
| MID\_U21 | dokonać analizy i przygotować plan akcji marektingowej oraz posługiwać się narzędziami marketingowymi w realizacji celów rynkowych | P6S\_UW |
|  | Specjalność Nowe media |  |
| MID\_U22 | posiada umiejętność analizy i oceny treści internetowych oraz działań podejmowanych w Sieci w odniesieniu do specyfiki i trendów rozwoju nowych mediów | P6S\_UW |
| MID\_U23 | potrafi koordynować i zarządzać cyfrowymi kanałami komunikacyjnymi oraz tworzyć na ich potrzeby elementy graficzne i copywriterskie | P6S\_UW |
| MID\_U24 | posiada umiejętności z zakresu pracy w środowiskach cyfrowych, związane z posługiwaniem się wybranymi narzędziami informatycznymi, tworzeniem, edycją i montażem materiałów multimedialnych oraz projektowaniem stron internetowych i publikowaniem w Internecie | P6S\_UW |
| MID\_U25 | dokonać analizy i zaplanować działalność marketingową w Internecie oraz dobrać metody i technologie informatyczne do działań w zakresie marketingu cyfrowego i biznesu elektronicznego | P6S\_UW |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE** | | |
| MID\_K01 | jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, rozumie i przestrzega zasad etyki zawodowej i wymaga tego od innych, dba o dorobek i tradycje zawodu | P6S\_KR |
| MID\_K02 | potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy i kreatywny, jest aktywny społecznie, odpowiedzialny oraz wykazuje samodzielność w działaniach na rzecz środowiska społecznego | P6S\_KO |
| MID \_K03 | potrafi prawidłowo definiować problemy oraz rozwiązywać je poprzez pracę indywidualną i zespołową | P6S\_KK |
| MID \_K04 | potrafi krytycznie oceniać wyniki pracy własnej i osób, z którymi współpracuje zawodowo | P6S\_KK |
| MID \_K05 | rozumie znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów, w przypadku wystąpienia trudności potrafi zwrócić się do eksperta w danej dziedzinie naukowej | P6S\_KK |
| MID \_K06 | jest zorientowany na wyniki, zarówno indywidualne, jak i wynikające z pracy zespołowej | P6S\_KO |
| MID \_K07 | jest komunikatywny, potrafi dokonać autoprezentacji, być asertywnym, wychodzić z własnymi inicjatywami, panować nad stresem oraz radzić sobie z emocjami towarzyszącymi pracy zawodowej | P6S\_KO |
| MID\_K08 | jest świadom odpowiedzialności wobec konkretnych osób oraz odpowiedzialności społecznej wynikającej z pracy w mediach oraz w innych zawodach związanych z komunikacja społeczną | P6S\_KO |
| MID\_K09 | potrafi zarządzać czasem własnym oraz osób, z którymi współpracuje, i które podlegają mu w aktywności zawodowej | P6S\_KO |
| MID\_K10 | potrafi umiejętnie prowadzić rozmowy (słuchać, przetwarzać informacje, odpowiadać na problemy poruszane w rozmowie, przekonywać, negocjować). | P6S\_KO |