

Studia drugiego stopnia

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom

Kierunek:

DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

Profil:

ogólnoakademicki

Forma studiów:

stacjonarne

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2020/2021

Specjalność:

Grafika komputerowa w mediach

UDD-GKM/2020

L.p.	Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS			Godziny zajęć							I Rok										II Rok																	
		Razem	w tym		Razem	w tym							sem 1					sem 2					sem 3					sem 4											
			UB	BN		W	K	C	L	P	eL	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS							
Przedmioty ogólnouniversyteckie																																							
1	Język obcy	8	4	0	120	0	0	0	60	0	60																												
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4																											
3	Skuteczne zachowania na rynku pracy	1	1	0	10	0	0	0	10	0	0																												
4	Filozofia stosowana	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0	10																											
Przedmioty podstawowe																																							
5	Psychologia społeczna	4	2	0	40	20	0	10	0	10	0	20	10																										
6	Stosunki międzynarodowe	3	2	0	32	12	0	0	0	0	20	12																											
7	Socjologia kultury	1	1	0	12	12	0	0	0	0	0																												
Przedmioty kierunkowe																																							
8	Marketing medialny i ekonomia mediów	3	2	3	32	18	0	0	0	14	0																												
9	Metody badań medjoznawczych	2	1	2	24	0	14	0	0	0	10																												
10	Spoleczne i kulturowe oddziaływanie mediów	6	3	6	50	10	0	20	0	0	20	10	20																										
11	Historia mediów	3	2	3	32	12	0	0	0	20	0	12																											
12	Teoria komunikowania masowego	1	1	1	10	10	0	0	0	0	0																												
13	Media i polityka	4	2	4	40	20	0	0	0	20	0	20																											
14	Media a komunikacja międzykulturowa	4	2	4	36	16	0	0	0	20	0																												
15	Prawne uwarunkowania reklamy	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0																												
16	Pragmatyka językowa	4	2	4	34	0	0	14	0	20	0																												
17	Analiza dyskursu medialnego	4	2	4	34	0	14	0	0	20	0																												
18	Analiza zawartości mediów	4	2	4	34	0	14	0	0	20	0																												
19	Seminarium dyplomowe	20	2	20	30	0	0	30	0	0	0																												
20	Przedmiot do wyboru 1	6	3	6	52	0	12	20	0	20	0																												
21	Przedmiot do wyboru 2	6	3	6	52	0	12	20	0	20	0																												
22	Przedmiot do wyboru 3	6	3	6	52	0	12	20	0	20	0																												
23	Przedmiot do wyboru 4	6	3	6	52	0	12	20	0	20	0																												
24	Praktyka zawodowa	5	5	0	150	0	0	150	0	0	0																												
Przedmioty specjalnościowe																																							
25	Warsztat kreatywny	3	2	0	32	0	0	16	0	16	0																												
26	Digital painting	2	1	0	16	0	0	16	0	0	0																												
27	Projektowanie prezentacji	3	2	0	32	0	0	16	0	16	0																												
28	Wizualizacja danych i infografika	3	2	0	32	0	0	16	0	16	0																												
29	Grafika reklamowa	3	2	0	32	0	0	16	0	16	0																												
30	Multimedia w Internecie	3	2	0	32	0	0	16	0	16	0																												
Razem blok główny		120	61	79	1128	154	90	260	60	324	90	88	0	44	0	90	20	25	22	38	82	30	72	40	32	18	28	63	30	86	30	33	26	24	71	0	76	0	30
		Liczba godzin w semestrze										242					284					255					197												
do wyboru		62%																																					

UB zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia
 BN zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

Lp.	Przedmioty do wyboru (4 z 6)	oferowany w semestrze
1	Komunikacja wizualna	2
2	Symbolika w twórczości artystycznej	2
3	Warsztat rzecznika prasowego	2
4	Employer branding	2
5	Nowe trendy w kulturze i sztuce	4
6	Zachowania konsumentów w Internecie	4

egzamin egzamin ustny projekt zaliczany na ocenę

Dodatkowe zajęcia obowiązkowe* dla studentów cudzoziemców																																					
Język polski	12	6	0	180	0	0	0	180	0	0																											

* z obowiązku udziału w zajęciach zwolnieni są studenci legitymujący się znajomością języka polskiego wg. wymagań określonych dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym absolwenci studiów I stopnia WSIIz w Rzeszowie

E najpóźniej w 3 semestrze nauki obowiązek zdania egzaminu wg. wymagań określonych dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego (do wyboru: wewnętrzny egzamin uczelniany lub międzynarodowy egzamin *The European Language Certificates (telc) Język polski B1/B2*)

Studia drugiego stopnia

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom

Kierunek:

DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

UDZ-GKM/2020

Profil:

ogólnoakademicki

Forma studiów:

niestacjonarne

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2020/2021

Specjalność:

Grafika komputerowa w mediach

L.p.	Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS			Godziny zajęć							I Rok														II Rok														
		Razem	w tym		Razem	w tym							sem 1							sem 2							sem 3							sem 4						
			UB	BN		W	K	C	L	P	eL	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	
Przedmioty ogólnouczelniane																																								
1	Język obcy	8	2	0	60	0	0	0	36	0	24																													
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4																												
3	Skuteczne zachowania na rynku pracy	1	1	0	10	0	0	10	0	0	0																													
4	Filozofia stosowana	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0	10																												
Przedmioty podstawowe																																								
5	Psychologia społeczna	4	2	0	35	15	0	10	0	10	0	15	10																											
6	Stosunki międzynarodowe	3	1	0	20	10	0	0	0	10	0	10																												
7	Socjologia kultury	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0																													
Przedmioty kierunkowe																																								
8	Marketing medialny i ekonomika mediów	3	1	3	32	18	0	0	0	14	0																													
9	Metody badań medjoznawczych	2	1	2	20	0	10	0	0	0	10																													
10	Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów	6	2	6	38	10	0	14	0	0	14	10	14																											
11	Historia mediów	3	1	3	20	10	0	0	0	10	0	10																												
12	Teoria komunikowania masowego	1	1	1	10	10	0	0	0	0	0																													
13	Media i polityka	4	1	4	26	14	0	0	0	12	0	14																												
14	Media a komunikacja międzykulturowa	4	1	4	26	14	0	0	0	12	0																													
15	Prawne uwarunkowania reklamy	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0																													
16	Pragmatyka językowa	4	1	4	28	0	0	12	0	16	0																													
17	Analiza dyskursu medialnego	4	1	4	26	0	14	0	0	12	0																													
18	Analiza zawartości mediów	4	1	4	26	0	14	0	0	12	0																													
19	Seminarium dyplomowe	20	2	20	30	0	0	30	0	0	0																													
20	Przedmiot do wyboru 1	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
21	Przedmiot do wyboru 2	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
22	Przedmiot do wyboru 3	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
23	Przedmiot do wyboru 4	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
24	Praktyka zawodowa	5	5	0	150	0	0	150	0	0	0																													
Przedmioty specjalnościowe																																								
25	Warsztat kreatywny	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
26	Digital painting	2	1	0	12	0	0	12	0	0	0																													
27	Projektowanie prezentacji	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
28	Wizualizacja danych i infografika	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
29	Grafika reklamowa	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
30	Multimedia w Internecie	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
Razem blok główny		120	37	79	823	135	78	178	36	198	48	73	0	36	0	58	14	25	20	30	50	18	40	22	32	18	28	47	18	58	12	33	24	20	45	0	42	0	30	
Liczba godzin w semestrze												181							180							181							131							

do wyboru 62%

UB zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

BN zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

Lp.	Przedmioty do wyboru (4 z 6)	oferowany w semestrze
1	Komunikacja wizualna	2
2	Symbolika w twórczości artystycznej	2
3	Warsztat rzecznika prasowego	2
4	Employer branding	2
5	Nowe trendy w kulturze i sztuce	4
6	Zachowania konsumentów w Internecie	4

egzamin

projekt zaliczany na ocenę

Studia drugiego stopnia

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom

Kierunek:

DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

UDZ-NMPR/2020

Profil:

ogólnoakademicki

Forma studiów:

niestacjonarne

Rozpoczynający studia w roku akademickim: 2020/2021

Specjalność:

Nowe media i public relations

L.p.	Nazwa przedmiotu	Punkty ECTS			Godziny zajęć							I Rok														II Rok														
		Razem	w tym		Razem	w tym							sem 1							sem 2							sem 3							sem 4						
			UB	BN		W	K	C	L	P	eL	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	W	K	C	L	P	eL	ECTS	
Przedmioty ogólnouniversyteckie																																								
1	Język obcy	8	2	0	60	0	0	0	36	0	24																													
2	Bezpieczeństwo i higiena warunków kształcenia	0	0	0	4	4	0	0	0	0	0	4																												
3	Skuteczne zachowania na rynku pracy	1	1	0	10	0	0	10	0	0	0																													
4	Filozofia stosowana	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0	10																												
Przedmioty podstawowe																																								
5	Psychologia społeczna	4	2	0	35	15	0	10	0	10	0	15	10			10																								
6	Stosunki międzynarodowe	3	1	0	20	10	0	0	0	10	0	10				10																								
7	Socjologia kultury	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0																													
Przedmioty kierunkowe																																								
8	Marketing medialny i ekonomia mediów	3	1	3	32	18	0	0	0	14	0																													
9	Metody badań medjoznawczych	2	1	2	20	0	10	0	0	0	10																													
10	Spoleczne i kulturowe oddziaływanie mediów	6	2	6	38	10	0	14	0	14	10	14																												
11	Historia mediów	3	1	3	20	10	0	0	0	10	0	10																												
12	Teoria komunikowania masowego	1	1	1	10	10	0	0	0	0	0																													
13	Media i polityka	4	1	4	26	14	0	0	0	12	0	14																												
14	Media a komunikacja międzykulturowa	4	1	4	26	14	0	0	0	12	0																													
15	Prawne uwarunkowania reklamy	1	1	0	10	10	0	0	0	0	0																													
16	Pragmatyka językowa	4	1	4	28	0	0	12	0	16	0																													
17	Analiza dyskursu medialnego	4	1	4	26	0	14	0	0	12	0																													
18	Analiza zawartości mediów	4	1	4	26	0	14	0	0	12	0																													
19	Seminarium dyplomowe	20	2	20	30	0	0	30	0	0	0																													
20	Przedmiot do wyboru 1	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
21	Przedmiot do wyboru 2	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
22	Przedmiot do wyboru 3	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
23	Przedmiot do wyboru 4	6	1	6	30	0	10	10	0	10	0																													
24	Praktyka zawodowa	5	5	0	150	0	0	150	0	0	0																													
Przedmioty specjalnościowe																																								
25	Nowe trendy w komunikacji marketingowej	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
26	Corporate identity i branding	2	1	0	12	0	0	12	0	0	0																													
27	Komunikacja marketingowa w nowych mediach	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
28	E-public relations	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
29	Analizyka internetowa i badania User Experience	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
30	Marketing w mediach społecznościowych	3	1	0	20	0	0	10	0	10	0																													
Razem blok główny		120	37	79	823	135	78	178	36	198	48	73	0	36	0	58	14	25	20	30	50	18	40	22	32	18	28	47	18	58	12	33	24	20	45	0	42	0	30	
Liczba godzin w semestrze												181							180							181							131							

do wyboru 62%

UB zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia

BN zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

Lp.	Przedmioty do wyboru (4 z 6)	oferowany w semestrze
1	Komunikacja wizualna	2
2	Symbolika w twórczości artystycznej	2
3	Warsztat rzecznika prasowego	2
4	Employer branding	2
5	Nowe trendy w kulturze i sztuce	4
6	Zachowania konsumentów w Internecie	4

egzamin

projekt zaliczany na ocenę