

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA WRAZ Z SYLWETKĄ ABSOLWENTA

Studia na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* prowadzone są w systemie stacjonarnym. Studia licencjackie na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* o profilu ogólnoakademickim trwają 6 semestrów w wymiarze 2100 godzin (bez praktyk zawodowych). Kształceniu przypisane jest 180 punktów ECTS.

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna to nowy i bardzo dynamicznie rozwijający się kierunek studiów będący wypadkową wielu dyscyplin naukowych skupiający w sobie zagadnienia zarówno z zakresu nauk: społecznych jak i humanistycznych. W jego obszarze mieści się wiedza o: historii i współczesnych tendencjach rozwojowych światowych systemów medialnych, procesie powstawania tekstów medialnych, sposobach ich analizy, interpretacji, regułach kompozycji i odbioru, zasadach zarządzania mediami, etyce mediów, normach prawnych obowiązujących współczesnego dziennikarza, roli nowych technologii komunikacyjnych w budowaniu współczesnego systemu medialnego, strukturze, historii, procesach rozwojowych, ekonomicznych, odmianach, normach i sposobach badania mediów.

Studia licencjackie na kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* mają za zadanie wykształcić absolwenta do pracy w sektorze medialnym. Ukierunkowane są głównie na wszechstronne przygotowanie do interpretowania zjawisk społecznych, politycznych i kulturowych oraz na świadome i kreatywne uczestniczenie w ich powstawaniu. Treści kształcenia dostarczą studentowi wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych oraz kompetencji społecznych i personalnych dotyczących: komunikacji społecznej, procesów komunikowania masowego, sposobów wpływania na odbiorcę oraz zagadnień związanych ze specyfiką poszczególnych mediów. Absolwent kierunku *dziennikarstwo i komunikacja społeczna* będzie potrafił zadbać o wizerunek instytucji (firmy, szkoły, zakładu itp.) w taki sposób, aby jej obraz w mediach był jak najbardziej korzystny, przy jednoczesnym poszanowaniu kanonów etycznych. Praktyczna umiejętność formułowania wypowiedzi na dowolny temat i skutecznego komunikowania się z mediami w sprawach zawodowych, pogłębiona znajomością nowych technologii PR, pozwoli mu tworzyć transparentne przekazy informujące i kształtujące opinię publiczną. Zdobyta teoria, wzmocniona praktykami zawodowymi, pozwoli nie tylko doskonalić kwalifikacje w toku studiów, ale uświadomi

potrzebę nieustannego poszerzania własnych kompetencji, także po ich zakończeniu. Da możliwość poszerzenia sprawności w zakresie nawiązywania kontaktów ułatwiając absolwentowi zaistnienie na rynku pracy.

Kształcenie na kierunku odbywa się w oparciu o najnowsze badania naukowe i współpracę ze środowiskiem lokalnym. Student będzie miał możliwość skorzystania z nowoczesnej oferty edukacyjnej oraz dobrze wyposażonej bazy dydaktycznej (m.in. z informatyzowanych sal, studia radiowego, sprzętu telewizyjnego oraz bogatego księgozbioru Biblioteki i Centrum Informacji Naukowej). Osoby niepełnosprawne (z trudnościami narządów ruchu, wzroku i słuchu) mogą wykorzystać niezbędne im narzędzia ułatwiające proces dydaktyczny (pętle indukcyjne, klawiatury itp.).

Student zrozumie wagę współpracy z otoczeniem społecznym i gospodarczym, do czego przyczynią się m.in. obowiązkowe praktyki zawodowe w instytucjach medialnych i związanych z mediami. Poszerzy i wzmocni kontakty z krajowymi i zagranicznymi ośrodkami naukowymi poprzez realizowany na uczelni Program ERASMUS. Będzie uczestniczył i przygotowywał imprezy, na które zapraszani będą przedstawiciele mediów regionalnych i ogólnopolskich. Może realizować się także w kołach naukowych i zainteresowań. Posiędzie znajomość języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Ponadto wykaże się umiejętnością posługiwania językiem specjalistycznym właściwym dla zakresu kształcenia oraz znajomością nowoczesnych technologii informatycznych.

Kończąc studia kierunkowe absolwent osiągnie kompetencje pozwalające na podjęcie pracy w:

- redakcjach radiowych, prasowych i telewizyjnych,
- agencjach public relations,
- komórkach PR struktur administracyjnych,
- instytucjach samorządów lokalnych, jednostkach samorządowych i urzędach (w działach komunikacji, promocji, funduszy unijnych),
- biurach rzecznika prasowego,
- biurach poselskich i sztabach wyborczych,
- organizacjach non-profit.

Może być także zatrudniony jako:

- doradca ds. mediów,
- konsultant lub ekspert ds. mediów w instytucjach politycznych i biznesowych.