

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 praktycznym trwają 6 semestrów w wymiarze 2100 godzin (bez praktyk zawodowych). Kształceniowi 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, pozwolą przede wszystkim zastosować zdobyte kompetencje w praktyce zawodowej.

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, znajomość nowych technologii PR, pozwoli mu tworzyć

transparentne przekazy informujące i kształtujące opinię publiczną. Zdobytą teorią, wzmocnioną 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 trzymiesięczne 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. Posiądzie znajomość języka obcego na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy. Ponadto wykaze się umiejętnością posługiwania językiem specjalistycznym właściwym dla zakresu kształcenia oraz znajomością nowoczesnych technologii informatycznych.

Ponadto absolwent poszerzy kompetencje zawodowe w ramach jednej z dwóch proponowanych specjalności: kreowanie wizerunku lub rzecznictwo prasowe.

Celem specjalności *kreowanie wizerunku i reklama* jest dostarczenie studentom wiedzy i praktycznych umiejętności z zakresu wykorzystania nowoczesnych narzędzi komunikacyjnych i multimedialnych w przestrzeni wirtualnej, niezbędnych w funkcjonowaniu na współczesnym rynku. Oprócz wiedzy i umiejętności w zakresie strategii i narzędzi komunikacji oraz zasad strategicznego wykorzystania elektronicznych narzędzi komunikacji, pozna specyfikę promocji za pośrednictwem socjal mediów, zasady tworzenie treści reklamowych oraz mobilnego marketingu, reguły pomiaru efektywności narzędzi promocji i kreowania wizerunku. Zapozna się z podstawami projektowania kreacji

graficznych, metodami badań diagnostycznych, zasadami tworzenia projektów i kampanii oraz tworzenia tzw. „zawartości” internetowej w celach marketingowych i wizerunkowych.

Celem specjalności *rzecznictwo prasowe* jest wykształcenie absolwenta posiadającego rozszerzone umiejętności efektywnej komunikacji w formie zarówno pisemnej jak i ustnej oraz nauczenie współpracy z mediami, a także wykształcenie umiejętności prezentowania treści kształtujących wizerunek przy wykorzystaniu zarówno mediów wewnętrznych, jak i tzw. „własnych”. Absolwent będzie posiadał wiedzę i umiejętności z zakresu zasad efektywnej współpracy z mediami, reguł przygotowania informacji na użytek mediów, zasad etyki biznesu oraz miejsca komunikacji wizerunkowej jako elementu zarządzania przedsiębiorstwem, organizacją i instytucją publiczną (np. samorząd, placówka ochrony zdrowia, jednostka administracji publicznej). Kompetencje wzmocni wiedza związana z monitoringiem mediów oraz planowaniem strategii komunikacyjnych.

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

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

Może być także zatrudniony jako:

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

Będzie potrafił także stworzyć własne samodzielne miejsce pracy (portal internetowy, agencję reklamy, PR, a. marketingu internetowego)