

Uchwała
Senatu Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego
Nr 1 /2024
z dnia 14 lutego 2024 r.

w sprawie ustalenia programu studiów dla kierunku *media mastering*, studia pierwszego stopnia, profil praktyczny, forma stacjonarna i niestacjonarna

Na podstawie art. 28 ust. 1 pkt 11 i ust. 2 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (Dz. U. z 2023 poz. 742 z późn. zm.) w związku z § 18 ust. 1 pkt 6 „Statutu Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego” Senat Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego uchwala, co następuje:

§ 1

Ustala się:

- 1) program studiów dla kierunku *media mastering*, studia pierwszego stopnia, profil praktyczny, forma stacjonarna – stanowiący załącznik nr 1 do uchwały;
- 2) program studiów dla kierunku *media mastering*, studia pierwszego stopnia, profil praktyczny, forma niestacjonarna – stanowiący załącznik nr 2 do uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z chwilą uzyskania pozwolenia ministra właściwego do spraw szkolnictwa wyższego i nauki na utworzenie studiów, o którym mowa w § 1.

Rektor

Prof. KAAFM dr Klemens Budzowski

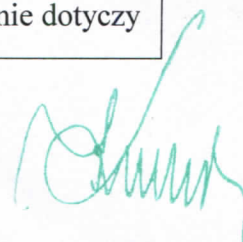
Załącznik nr 1

do uchwały Senatu Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego nr 1/2024 z dnia 14 lutego 2024 r

Program studiów	
Podstawowe informacje	
Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku	Media mastering
Poziom	Studia 1 stopnia
Profil	Praktyczny
Forma	Stacjonarne
Nabór	2024/25
Język studiów	Polski
Liczba semestrów	6
Tytuł zawodowy	Licencjat

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się		
Dyscyplina wiodąca	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	56
Dodatkowa dyscyplina	Nauki o zarządzaniu i jakości	21
Dodatkowa dyscyplina	Informatyka	14
Zajęcia, które nie stanowią bazy dla koncepcji kształcenia		9
Suma %		100%

Liczba punktów ECTS	
Konieczna do ukończenia studiów	180
W ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	150
Którą student uzyskuje w ramach zajęć do wyboru	80
Którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	30
Którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	nie dotyczy



lub społecznych (nie mniejszą niż 5 pkt. ECTS w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub społeczne)	
Którą student uzyskuje w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których jest przyporządkowany kierunek studiów (dotyczy profilu ogólnoakademickiego)	nie dotyczy
Którą student uzyskuje w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne (dotyczy profilu praktycznego)	116
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów	1700

1. Koncepcja kształcenia - zgodność z misją i strategią uczelni

Zgodnie z zapisem w misji uczelni: *Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego jest uczelnią przyjazną studentom, realizującą polityczne, gospodarcze i edukacyjne cele podnoszenia poziomu intelektualnego młodego pokolenia i przygotowującą go do budowania własnej kariery zawodowej na miarę wyzwań i potrzeb współczesnego świata*, program studiów na kierunku media mastering odpowiada na współczesne wyzwania rynku pracy oraz zainteresowania i aspiracje młodego pokolenia przygotowując studentów do pracy w charakterze media mastera w przedsiębiorstwach, instytucjach rynkowych i społecznych, instytucjach kultury, mediach oraz do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Podkreślona w misji *przyjazność uczelni* przejawia się zarówno w dogodnej infrastrukturze, jak i w zapewnieniu studentom możliwości stałego, bezpośredniego kontaktu z wykładowcami poprzez system konsultacji i dyżurów. Szczególny nacisk położono na stosowanie nowoczesnych i atrakcyjnych dla studentów metod dydaktycznych oraz zapewnienie im odpowiednich warunków kształcenia, w tym warunków odpowiadających ich przyszłym miejscom pracy, a także kontaktu z praktykami z rynku pracy.

Kierunek media mastering w pełni wpisuje się w ogólnouczelnianą i wydziałową strategię rozwoju poprzez realizację działań:

- edukacyjnych i naukowo-badawczych odpowiadających współczesnym wyzwaniom, zwłaszcza w sferze postępu technologicznego i jego konsekwencji;
- ukierunkowanych na formowanie osobowości studentów oraz nabywanie przez nich umiejętności i kompetencji cenionych na rynku pracy, w tym kreatywności, kompetencji komunikacyjnych, umiejętności pracy w różnego rodzaju zespołach, również międzykulturowych, gotowości do poszanowania zasad prawa i etyki zawodowej, przeciwdziałania manipulacjom i dyskryminacji;
- włączenie interesariuszy zewnętrznych i wewnętrznych do procesu tworzenia, prowadzenia i doskonalenia programu kształcenia.

Ważnym elementem misji Uczelni i strategii Wydziału jest szybkie reagowanie na zmiany na rynku pracy i oczekiwania pracodawców. Cel ten realizowany jest poprzez stałe poszerzanie i modyfikowanie oferty dydaktycznej odpowiadającej na takie zmiany, a także poprzez stały kontakt z interesariuszami zewnętrznymi, których przedstawiciele tworzą Radę Programową - ciało opiniotwórczo-doradcze dla władz Wydziału, prowadzą zajęcia dydaktyczne oraz współuczestniczą w tworzeniu, ocenie i uaktualnianiu programu kształcenia.

Kierunek media mastering może wzbudzać zainteresowanie kandydatów z zagranicy, przyczyniając się do realizacji celów strategicznych związanych z pozyskiwaniem studentów z zagranicy oraz umiędzynarodowienia uczelni i jej promocji. Kadra badawczo-dydaktyczna

kierunku realizuje cele strategiczne uczelni związane z podnoszeniem poziomu i rozszerzaniem zakresu badań naukowych poprzez prowadzenie badań w dyscyplinie nauki o komunikacji i mediach oraz nauki o zarządzaniu i jakości, a wzbogacając swój dorobek naukowy realizuje również cel strategiczny dotyczący budowania mocnej pozycji w polskim i międzynarodowym środowisku naukowym.

2. Cele kształcenia

Studia pozwalają osiągnąć następujące cele kształcenia:

- przygotowanie do pracy w charakterze media mastera, czyli specjalisty komunikacji społecznej i marketingowej,
- nabycie pogłębionej wiedzy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości,
- nabycie podstawowej wiedzy z zakresu informatyki,
- nabycie umiejętności posługiwania się technologiami i narzędziami informacyjno-komunikacyjnymi,
- nabycie kompetencji społecznych wymaganych na współczesnym rynku pracy,
- osiągnięcie poziomu znajomości języka obcego na poziomie B2,
- przygotowanie do podjęcia studiów 2 stopnia.

3. Charakterystyka kierunku z uwzględnieniem potrzeb społeczno-gospodarczych

W trakcie opracowywania koncepcji kształcenia, efektów uczenia się oraz programu studiów władze Wydziału na bieżąco konsultowały się z interesariuszami wewnętrznymi: wykładowcami przedmiotów kierunkowych, pracownikami innych jednostek uczelni oraz studentami, a także, co najbardziej istotne, z interesariuszami zewnętrznymi reprezentującymi rynek pracy dla absolwentów, których udział w tym procesie uznano za kluczowy.

Kierunek zakłada udział ekspertów i profesjonalistów z branży w celu dzielenia się swoimi spostrzeżeniami i doświadczeniami ze studentami. Istotną z tego punktu widzenia jest współpraca z organizacjami medialnymi, dzięki którym przed studentem postawione zostaną rzeczywiste wyzwania i możliwości pracy nad realnymi projektami.

Współczesna branża medialna jest niezwykle dynamiczna i poszukuje media masterów, czyli specjalistów od tworzenia treści medialnych potrafiących działać zgodnie z aktualnymi trendami rynkowymi i posługujących się nowoczesnymi technologiami. Kierunek zakłada wszechstronne praktyczne przygotowanie do zawodu poprzez opanowanie interdyscyplinarnej wiedzy kierunkowej z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości (co uwzględniono w efektach uczenia się w kategorii wiedzy) oraz umiejętności zawodowych, w tym z zakresu informatyki, pozwalających zastosować nabytą wiedzę w praktyce (co uwzględniono w efektach uczenia się w kategorii umiejętności). Osiągnięciu tego celu ma służyć stosowanie metody nauka przez działanie (learning by doing). Dlatego też warunkiem zaliczenia większości przedmiotów, nie tylko tych praktycznych, jest wykazanie się umiejętnościami wykorzystania wiedzy w praktyce poprzez wykonanie konkretnej pracy. Dzięki temu studenci nie tylko doskonalą umiejętności, ale i budują własne portfolio, które mogą przedstawić przyszłemu pracodawcy. Z opinii interesariuszy wynikał również postulat zwrócenia szczególnej uwagi na osiąganie i doskonalenie kompetencji społecznych uznanych przez nich za kluczowe na współczesnym rynku pracy, między innymi kompetencji komunikacyjnych i liderkich, umiejętności efektywnej pracy w różnorodnych zespołach, również międzykulturowych i

międzynarodowych, umiejętności publicznego wypowiedzania się, argumentowania, skutecznego przedstawiania pomysłów.

Współczesna branża medialna jest niezwykle dynamiczna, specjaliści będący na bieżąco z pojawiającymi się trendami i technologiami są wciąż poszukiwani nie tylko w samej branży medialnej, ale także w firmach, organizacjach i instytucjach, które wykorzystują te technologie i trendy we własnych działaniach promocyjnych.

4. Opis realizacji programu

Studia trwają 6 semestrów i prowadzone są w trybie stacjonarnym (poniedziałek - piątek). Na program studiów składają się trzy grupy przedmiotów:

- grupa przedmiotów podstawowych z obszaru nauk społecznych i humanistycznych uzupełniających wiedzę kierunkową o zagadnienia z zakresu prawa, wiedzy o kulturze, wiedzy o współczesnym świecie prowadzone głównie w formie wykładów; w grupie tej znajdują się również lektoraty języka obcego oraz WF;
- grupa przedmiotów kierunkowych, pozwalających na nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki. Przedmioty te realizowane są w formie wykładów, konwersatoriów i ćwiczeń. W grupie tej znajdują się zajęcia obowiązkowe dające podstawową i pogłębioną wiedzę kierunkową z tych trzech dyscyplin oraz pozwalające na jej rozszerzenie w konkretnych obszarach przedmioty obowiązkowe i obieralne z tych trzech dyscyplin;
- grupa przedmiotów specjalistycznych, realizowanych głównie w formie ćwiczeń i warsztatów, prowadzonych w formie praktycznej przez specjalistów i praktyków z rynku pracy. Większość z nich to przedmioty obieralne. Zajęcia te prowadzone są w małych grupach w warunkach odpowiadających przyszłym miejscom pracy czyli w specjalistycznych pracowniach informatycznych i studiu telewizyjnym.

Kierując się opiniami pracodawców, oprócz kierunkowej wiedzy i wynikającymi z niej specjalistycznymi umiejętnościami opisanymi w efektach kształcenia w kategoriach wiedzy i umiejętności, w programie studiów uwzględniono przedmioty kształtujące kompetencje społeczne, takie jak kompetencje językowe i komunikacyjne, praca w zespole i wielokulturowym środowisku, umiejętności związane z publicznym wypowiedzaniem się, negocjowaniem, a także uwrażliwiające na potrzeby osób z niepełnosprawnościami (dostępność mediów, projektowanie uniwersalne) oraz zagrożenia związane z dyskryminacją czy manipulacją.

Aby ułatwić absolwentom odnalezienie się na międzynarodowym rynku pracy program studiów uwzględnia także przedmioty prowadzone w języku angielskim, dzięki czemu studenci mają możliwość doskonalenia języka fachowego oraz podnoszenia kompetencji językowych nie tylko w ramach obowiązkowego lektoratu języka obcego. Studenci mogą także realizować część programu studiów na uczelniach zagranicznych w ramach programu Erasmus+.

Studenci kierunku media mastering będą mogli pogłębiać wiedzę i doskonalić umiejętności biorąc udział w pracach trzech kół naukowych: Kole Naukowym Dziennikarzy i Producentów dla zainteresowanych dziennikarstwem, produkcją medialną, Kole Naukowym Menedżer dla zainteresowanych zarządzaniem, ekonomią i finansami, Kole Naukowym Informatyków dla zainteresowanych modelowaniem przestrzennym i drukiem wielowymiarowym, projektowaniem uniwersalnym, bezpieczeństwem danych, e-biznesem, grafiką i VR.

W semestrach 1 i 2 dominują przedmioty kierunkowe i podstawowe realizowane w formie wykładów i konwersatoriów, w kolejnych zajęcia praktyczne, w tym specjalistyczne warsztaty prowadzone przez praktyków, których celem jest nabycie i doskonalenie umiejętności. Nacisk położony jest na praktyczne formy realizacji treści programowych i weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się poprzez stosowanie metody learning by doing (nauka przez działanie). Ponad 60% zajęć realizowanych jest w formie praktycznej. Przedmioty fakultatywne stanowią około 40% ogólnej liczby punktów ECTS, studenci wybierają je z listy proponowanych kursów do wyboru, udostępnionej im przed rozpoczęciem kolejnego semestru.

Program studiów obejmuje sześciomiesięczną praktykę zawodową. Studia kończą się egzaminem dyplomowym.

5. Praktyki zawodowe - wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Wszystkich studentów obowiązują sześciomiesięczne praktyki zawodowe. Ich celem jest zaznajomienie studentów z charakterem przyszłego zawodu, wykorzystanie nabytych umiejętności i wiedzy w praktycznym działaniu, zyskanie doświadczenia zawodowego oraz poznanie warunków pracy zespołowej, sprawdzenie zdolności do adaptacji w nowym środowisku, elastyczności zachowań oraz możliwości realizacji własnych planów zawodowych. Jeden miesiąc praktyki studenci realizują w studiu telewizyjnym Krakowskiej Akademii w ostatnim miesiącu semestru V, tworząc własne produkcje wideo pod nadzorem pracowników studia, pozostałe 5 miesięcy w semestrze VI. Studenci mogą odbywać praktyki w mediach, takich jak redakcje prasowe, stacje telewizyjne, portale internetowe, w biurach do spraw promocji i komunikacji w instytucjach, organizacjach i przedsiębiorstwach oraz w firmach, które wykorzystują nowoczesne kanały komunikacji. Studenci mogą sami proponować pełnomocnikowi do spraw praktyk miejsce odbycia praktyki (w takim przypadku pełnomocnik zobowiązany jest do sprawdzenia czy zaproponowane miejsce umożliwia osiągnięcie efektów uczenia się przypisanym praktykom oraz do dopełnienia formalności w postaci ustalenia warunków nadzoru Uczelni nad odbywaniem praktyki oraz podpisania umowy) lub skorzystać z pośrednictwa pełnomocnika w znalezieniu miejsca odbywania praktyki. Istnieje też możliwość odbycia praktyki w jednostkach organizacyjnych uczelni: dziale promocji oraz w studiu telewizyjnym Krakowskiej Akademii.

Przebieg praktyk dokumentowany jest przez studenta w dzienniku praktyk, potwierdzany przez wyznaczonego opiekuna oraz nadzorowany przez pełnomocnika dziekana ds. praktyk studenckich. Pełnomocnik może również zaliczyć studentowi pracę zawodową jako praktykę na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu z wyszczególnionym stanowiskiem i okresem zatrudnienia oraz zakresem wykonywanych obowiązków, jeśli stwierdzi, że odpowiadają formalnym (czas trwania) i merytorycznym (efekty) wymogom.

6. Badania naukowe

a. Główne kierunki badań naukowych w jednostce

- Zmiany na rynkach medialnych i ich technologiczne i ekonomiczne uwarunkowania i konsekwencje.
- Rola mediów we współczesnym państwie, społeczeństwie, gospodarce, kulturze oraz problemy i nowe zjawiska z tym związane.
- Wykorzystywanie nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych przez różnego rodzaju organizacje i instytucje (polityczne, społeczne, biznesowe).
- Wykorzystywanie nowych form komunikacji w marketingu ekonomicznym, społecznym i politycznym.

- Zarządzanie społeczną odpowiedzialnością biznesu, zarządzanie rozwojem i innowacyjnością firmy, determinanty zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw.

b. Związek badań naukowych z dydaktyką w ramach dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

Badania naukowe realizowane przez kadre dydaktyczną obejmują tematykę i metodologię nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości i są bezpośrednio powiązane z dydaktyką poprzez założone dla kierunku efekty uczenia się oraz dobór przedmiotów w planie studiów (zarówno obowiązkowych jak i obieralnych). Wyniki badań prowadzonych przez pracowników są prezentowane i omawiane na zajęciach ze studentami. Pracownicy publikują prace naukowe i podręczniki, w których uwzględniane są najnowsze osiągnięcia badawcze. Studenci w ramach przygotowywania się do zajęć mają obowiązek zapoznawania się z artykułami naukowymi dotyczącymi zagadnień prezentowanych na przedmiotach.

7. Opis infrastruktury niezbędnej do prowadzenia kształcenia

Wszystkie zajęcia odbywają się na kampusie Krakowskiej Akademii. Sale wykładowe wyposażone są w rzutniki multimedialne, ekrany, cyfrowe rzutniki folii i pisma, wysokiej jakości sprzęt komputerowy (z dostępem do internetu), sprzęt nagłaśniający i mikrofony, sprzęt wideo, dające możliwość prezentacji materiałów filmowych, nagrań audio oraz prezentacji multimedialnych. Pomieszczenia dydaktyczne są klimatyzowane. Na terenie całego kampusu można korzystać z darmowego dostępu do bezprzewodowego internetu (hot spot). Budynek uczelni są w pełni przystosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

Studenci kierunku media mastering mogą korzystać z profesjonalnego studia telewizyjnego oraz pracowni montażowej wyposażonych w nowoczesny sprzęt i oprogramowanie. Studenci mogą korzystać z konsultacji doświadczonych pracowników studia oraz ze sprzętu znajdującego na wyposażeniu, mają także możliwość wypożyczenia sprzętu do realizacji własnych projektów.

Zajęcia z zakresu informatyki odbywają się w specjalistycznych pracowniach informatycznych (laboratoria komputerowe, pracownia druku 3D i dronów, pracownia projektowania uniwersalnego, pracownia wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości).

Każdy student rozpoczynający naukę w Krakowskiej Akademii ma tworzone indywidualne konto w usłudze MS Office 365 obejmujące m.in. konto pocztowe Outlook, podstawowe oprogramowanie biurowe (Word, PowerPoint, Excel) oraz komunikator MS Teams. Studenci mają dostęp do książek, czasopism i baz danych dostępnych w bibliotece. Studenci mają możliwość korzystania z zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość z użyciem uczelnianej platformy e-learningowej zarządzanej przez Centrum e-learningu.

8. Wymogi związane z ukończeniem studiów

Program studiów nie przewiduje pisania pracy dyplomowej (licencjackiej). Studia kończą się ustnym egzaminem dyplomowym składanym przed komisją powołaną przez dziekana. W ramach przygotowania do egzaminu dyplomowego studenci uczestniczą w seminarium dyplomowym realizowanym w semestrze 6. Lista prowadzących seminaria jest udostępniana studentom przed rozpoczęciem semestru.

Tematyka seminariów obejmuje zagadnienia z zakresu przedmiotów obowiązkowych realizowanych w czasie studiów, a ich lista, po zatwierdzeniu jej przez Radę Wydziału, jest udostępniana seminarzystom na początku każdego roku akademickiego. Warunkiem zaliczenia seminarium jest opracowanie projektu dyplomowego składającego się z części teoretycznej w postaci dokumentacji projektowej (o łącznej objętości około 20 tys. znaków) oraz - w części praktycznej - multimedialnej prezentacji tego zagadnienia i umieszczenie jej na platformie e-learningowej. Tematyka projektów seminaryjnych studentów, każdorazowo uzgadniana z prowadzącym seminarium, musi być związana ze studiowanym kierunkiem i prezentować praktyczne wykorzystanie zdobytej w czasie studiów wiedzy, umiejętności i kompetencji (np. kampania komunikacyjna firmy/organizacji, kampania wizerunkowa, dokumentacja i stworzenie strony internetowej wraz ze wszystkimi koniecznymi jej komponentami zgodnie z sztuką UX i projektowania uniwersalnego, blog i jego popularyzacja z wykorzystaniem najnowszych trendów, wykorzystanie social mediów dla promocji i budowania wizerunku przez jednostki, organizacje, projekt kampanii społecznej, projekt dotyczący organizacji oraz promocji: wydarzenia kulturalnego, społecznego itp.).

W trakcie ustnego egzaminu dyplomowego student odpowiada na trzy pytania: dwa z nich pochodzą z listy zagadnień egzaminacyjnych, jedno dotyczy szczegółowego zagadnienia związanego z projektem.

Szczegółowe warunki przeprowadzania egzaminu dyplomowego będą opisane w Procedurze dyplomowania zamieszczonej wraz z aktualną listą zagadnień egzaminacyjnych na stronie internetowej Wydziału w zakładce Egzamin dyplomowy.

Opis zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji

Nazwa wydziału: Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej		
Nazwa kierunku studiów: media mastering		
Poziom studiów: studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia: praktyczny		
Symbol	Opis zakładanych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 PRK
Efekty uczenia się: Wiedza (zna i rozumie)		
EUK6_W1	kluczowe teorie z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki, rozumie ich znaczenie dla wykonywania zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W2	regulacje prawne dotyczące funkcjonowania różnych rodzajów mediów, ochrony własności intelektualnej i przemysłowej, ochrony danych osobowych, bezpieczeństwa informacji	P6S_WK

EUK6_W3	rolę i specyfikę współczesnej komunikacji społecznej oraz polityczne, społeczne, ekonomiczne i technologiczne uwarunkowania funkcjonowania współczesnych mediów	P6S_WK
EUK6_W4	rolę komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwami, instytucjami i organizacjami oraz zasady i narzędzia marketingu	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W5	zasady profesjonalizmu i etyki w zawodach związanych z przestrzenią medialną i biznesową oraz ich specyfikę i znaczenie	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W6	narzędzia i technologie informacyjno-komunikacyjne oraz funkcjonalności różnych form mediów we współczesnej przestrzeni cyfrowej.	P6S_WG P6S_WK
Efekty uczenia się: Umiejętności (potrafi)		
EUK6_U1	sprawnie posługiwać się językiem polskim oraz językiem obcym w mowie i piśmie na poziomie B2	P6S_UK P6S_UU
EUK6_U2	tworzyć profesjonalne multimedialne treści dla potrzeb współczesnych mediów	P6S_UW P6S_UK P6S_UO P6S_UU
EUK6_U3	posługiwać się nowoczesnymi narzędziami i technologiami informacyjno-komunikacyjnymi	P6S_UW P6S_UO P6S_UU
EUK6_U4	korzystać z różnych źródeł informacji, krytycznie je oceniać i weryfikować	P6S_UW P6S_UK
EUK6_U5	pracować w zespole pełniąc w nim różne role, w tym zarządcze, sprawnie się komunikować w różnych środowiskach i sytuacjach zawodowych, prezentować własne pomysły i przekonywać do nich	P6S_UW P6S_UU P6S_UK P6S_UO
EUK6_U6	tworzyć strategie budowania i zarządzania społecznościami internetowymi oraz skutecznie prowadzić działania marketingowe w mediach	P6S_UW P6S_UU
EUK6_U7	interpretować regulacje prawne i etyczne związane z przyszłym zawodem i postępować zgodnie z nimi oraz przewidywać prawne, społeczne i biznesowe skutki swoich działań.	P6S_UW P6S_UO P6S_UU P6S_UK
Efekty uczenia się: Kompetencje społeczne (jest gotów do)		
EUK6_KS1	obiektywnej oceny posiadanej wiedzy, stałego jej pogłębiania i wykorzystywania w praktyce zawodowej oraz do planowania własnego rozwoju i ścieżki kariery	P6S_KK P6S_KR
EUK6_KS2	pracy w zespole, odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, przestrzegania zasad prawa i etyki zawodowej, jest kreatywny i otwarty na nowe wyzwania, powierzone zadania wykonuje rzetelnie, starannie i terminowo	P6S_KO P6S_KR P6S_KK

EUK6_KS3	podejmowania kontaktów w życiu zawodowym i publicznym oraz propagowania działań na rzecz interesu publicznego	P6S_KO P6S_KR P6S_KK
EUK6_KS4	przeciwdziałania praktykom manipulacyjnym i dyskryminacyjnym w życiu zawodowym i prywatnym.	P6S_KK P6S_KO

Grupa zajęć podstawowych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Treści zapewniające poznanie istotnych zagadnień z zakresu wybranych nauk społecznych i humanistycznych, w tym nauk prawnych, wiedzy o kulturze, filmoznawstwa. Pozwalają one poszerzyć wiedzę kierunkową o kontekst i perspektywę innych dyscyplin naukowych.</p> <p>W tej grupie znajduje się także lektoraty języka obcego oraz WF.</p>
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	
Grupa zajęć kierunkowych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Treści zapewniające pogłębioną wiedzę z zakresu dyscypliny wiodącej nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz dyscyplin dodatkowych – nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki, w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiedza, umiejętności i kompetencje z zakresu prawnych, etycznych, politycznych i ekonomicznych uwarunkowań współczesnej komunikacji medialnej i zawodów z nią związanych - marketingu i jego narzędzi - skutecznego poruszania się w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych - budowania sieci kontaktów w środowisku lokalnym i międzynarodowym - krytycznej analizy, tworzenia i rozpowszechniania treści na różnych platformach medialnych
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	

Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	<p>Treści zapewniają uzyskanie następujących kompetencji:</p> <ul style="list-style-type: none"> -kreatywnej pracy i kooperacji w grupie, -skutecznej komunikacji i autoprezentacji -w zakresie świadomości różnorodności kulturowej w wymiarze społecznym, gospodarczym i kulturowym.
Grupa zajęć specjalistycznych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Treści zapewniające specjalistyczną wiedzę kierunkową oraz pozwalające na nabycie umiejętności zawodowych w czasie warsztatów prowadzonych przez specjalistów praktyków, realizowanych w warunkach odpowiadających przyszłemu miejscu pracy, w szczególności wiedza, umiejętności i kompetencje z zakresu:</p>
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	<ul style="list-style-type: none"> - warsztatu dziennikarskiego (kompetencje językowe, gatunki i formaty medialne, zasady tworzenia różnego typu przekazów), - projektowania i wdrażania instrumentów marketingu dla różnego typu organizacji, firm i instytucji, - wykorzystywania funkcjonalności różnych form mediów we współczesnej przestrzeni cyfrowej.
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	
Praktyki		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W2 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Praktyki umożliwiają weryfikację wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie uczenia się z oczekiwaniami pracodawców, a także:</p> <ul style="list-style-type: none"> - poznanie kultury korporacyjnej instytucji i ich struktury organizacyjnej, - obserwacje i uczestniczenie w zadaniach zespołowych i kierowniczych, -wykorzystanie nabytych umiejętności w praktycznym działaniu,
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U6 EUK6_U7	<ul style="list-style-type: none"> - zyskanie doświadczenia zawodowego, - poznanie warunków pracy zespołowej, - umożliwienie realizacji własnych planów zawodowych.
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	

Efekty uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych w trakcie całego cyklu kształcenia
Wiedza	<p>Osiąganie efektów uczenia się jest weryfikowane poprzez następujące formy zaliczania poszczególnych przedmiotów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - egzaminy pisemne i ustne, - testy egzaminacyjne i zaliczeniowe, - referaty i prezentacje, - prace projektowe. <p>Ostateczną formą weryfikacji wiedzy jest ustny egzamin dyplomowy, obejmujący treści z całego toku studiów, do którego studenci przygotowują się w trakcie seminarium dyplomowego.</p>
Umiejętności	<p>Podstawową metodą weryfikowania osiągniętych umiejętności, odpowiadającą praktycznemu profilowi studiów, jest metoda learning by doing (nauka przez działanie). Zgodnie z nią, warunkiem zaliczenia większości przedmiotów, nie tylko praktycznych, jest wykonanie projektu weryfikującego osiągnięcie umiejętności założonych w modułowych efektach uczenia się. Projekty realizowane są indywidualnie lub grupowo.</p> <p>Dodatkową formą weryfikacji osiągniętych efektów są praktyki, w czasie których studenci muszą wykazać się umiejętnościami oczekiwanymi przez pracodawców.</p>
Kompetencje	<p>Osiąganie kompetencji weryfikowane jest w trakcie całego cyklu uczenia się. Przy wystawianiu ocen końcowych z każdego przedmiotu bierze się pod uwagę nie tylko nabytą wiedzę i osiągnięte umiejętności, ale także założone w efektach uczenia się kompetencje, takie jak aktywność w czasie zajęć, zaangażowanie w pracę, terminowość wykonywania zadań, praca w zespole, kreatywność.</p> <p>Dodatkową formą weryfikacji osiągniętych efektów są praktyki, w czasie których studenci muszą wykazać się nie tylko wiedzą kierunkową i umiejętnościami, ale również kompetencjami oczekiwanymi przez pracodawców.</p>

Załącznik nr 2
do uchwały Senatu Krakowskiej Akademii im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego nr 1/2024 z dnia
14 lutego 2024 r.

Program studiów	
Podstawowe informacje	
Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku	Media mastering
Poziom	Studia 1 stopnia
Profil	Praktyczny
Forma	Niestacjonarne
Nabór	2024/25
Język studiów	Polski
Liczba semestrów	6
Tytuł zawodowy	Licencjat

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się		
Dyscyplina wiodąca	Nauki o komunikacji społecznej i mediach	56
Dodatkowa dyscyplina	Nauki o zarządzaniu i jakości	21
Dodatkowa dyscyplina	Informatyka	14
Zajęcia, które nie stanowią bazy dla koncepcji kształcenia		9
Suma %		100%

Liczba punktów ECTS	
Konieczna do ukończenia studiów	180
W ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	150
Którą student uzyskuje w ramach zajęć do wyboru	80
Którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	30
Którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	nie dotyczy

lub społecznych (nie mniejszą niż 5 pkt. ECTS w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub społeczne)	
Którą student uzyskuje w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których jest przyporządkowany kierunek studiów (dotyczy profilu ogólnoakademickiego)	nie dotyczy
Którą student uzyskuje w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne (dotyczy profilu praktycznego)	116
Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów	1070

1. Koncepcja kształcenia - zgodność z misją i strategią uczelni

Zgodnie z zapisem w misji uczelni: *Krakowska Akademia im. Andrzeja Frycza Modrzewskiego jest uczelnią przyjazną studentom, realizującą polityczne, gospodarcze i edukacyjne cele podnoszenia poziomu intelektualnego młodego pokolenia i przygotowującą go do budowania własnej kariery zawodowej na miarę wyzwań i potrzeb współczesnego świata*, program studiów na kierunku media mastering odpowiada na współczesne wyzwania rynku pracy oraz zainteresowania i aspiracje młodego pokolenia przygotowując studentów do pracy w charakterze media mastera w przedsiębiorstwach, instytucjach rynkowych i społecznych, instytucjach kultury, mediach oraz do prowadzenia własnej działalności gospodarczej.

Podkreślona w misji *przyjazność uczelni* przejawia się zarówno w dogodnej infrastrukturze, jak i w zapewnieniu studentom możliwości stałego, bezpośredniego kontaktu z wykładowcami poprzez system konsultacji i dyżurów. Szczególny nacisk położono na stosowanie nowoczesnych i atrakcyjnych dla studentów metod dydaktycznych oraz zapewnienie im odpowiednich warunków kształcenia, w tym warunków odpowiadających ich przyszłym miejscom pracy, a także kontaktu z praktykami z rynku pracy.

Kierunek media mastering w pełni wpisuje się w ogólnouczelnianą i wydziałową strategię rozwoju poprzez realizację działań:

- edukacyjnych i naukowo-badawczych odpowiadających współczesnym wyzwaniom, zwłaszcza w sferze postępu technologicznego i jego konsekwencji;
- ukierunkowanych na formowanie osobowości studentów oraz nabywanie przez nich umiejętności i kompetencji cenionych na rynku pracy, w tym kreatywności, kompetencji komunikacyjnych, umiejętności pracy w różnego rodzaju zespołach, również międzykulturowych, gotowości do poszanowania zasad prawa i etyki zawodowej, przeciwdziałania manipulacjom i dyskryminacji;
- włączenie interesariuszy zewnętrznych i wewnętrznych do procesu tworzenia, prowadzenia i doskonalenia programu kształcenia.

Ważnym elementem misji Uczelni i strategii Wydziału jest szybkie reagowanie na zmiany na rynku pracy i oczekiwania pracodawców. Cel ten realizowany jest poprzez stałe poszerzanie i modyfikowanie oferty dydaktycznej odpowiadającej na takie zmiany, a także poprzez stały kontakt z interesariuszami zewnętrznymi, których przedstawiciele tworzą Radę Programową - ciało opiniotwórczo-doradcze dla władz Wydziału, prowadzą zajęcia dydaktyczne oraz współuczestniczą w tworzeniu, ocenie i uaktualnianiu programu kształcenia.

Kierunek media mastering może wzbudzać zainteresowanie kandydatów z zagranicy, przyczyniając się do realizacji celów strategicznych związanych z pozyskiwaniem studentów z zagranicy oraz umiędzynarodowienia uczelni i jej promocji. Kadra badawczo-dydaktyczna

kierunku realizuje cele strategiczne uczelni związane z podnoszeniem poziomu i rozszerzaniem zakresu badań naukowych poprzez prowadzenie badań w dyscyplinie nauki o komunikacji i mediach oraz nauki o zarządzaniu i jakości, a wzbogacając swój dorobek naukowy realizuje również cel strategiczny dotyczący budowania mocnej pozycji w polskim i międzynarodowym środowisku naukowym.

2. Cele kształcenia

Studia pozwalają osiągnąć następujące cele kształcenia:

- przygotowanie do pracy w charakterze media mastera, czyli specjalisty komunikacji społecznej i marketingowej,
- nabycie pogłębionej wiedzy z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości,
- nabycie podstawowej wiedzy z zakresu informatyki,
- nabycie umiejętności posługiwania się technologiami i narzędziami informacyjno-komunikacyjnymi,
- nabycie kompetencji społecznych wymaganych na współczesnym rynku pracy,
- osiągnięcie poziomu znajomości języka obcego na poziomie B2,
- przygotowanie do podjęcia studiów 2 stopnia.

3. Charakterystyka kierunku z uwzględnieniem potrzeb społeczno-gospodarczych

W trakcie opracowywania koncepcji kształcenia, efektów uczenia się oraz programu studiów władze Wydziału na bieżąco konsultowały się z interesariuszami wewnętrznymi: wykładowcami przedmiotów kierunkowych, pracownikami innych jednostek uczelni oraz studentami, a także, co najbardziej istotne, z interesariuszami zewnętrznymi reprezentującymi rynek pracy dla absolwentów, których udział w tym procesie uznano za kluczowy.

Kierunek zakłada udział ekspertów i profesjonalistów z branży w celu dzielenia się swoimi spostrzeżeniami i doświadczeniami ze studentami. Istotna z tego punktu widzenia jest współpraca z organizacjami medialnymi, dzięki którym przed studentem postawione zostaną rzeczywiste wyzwania i możliwości pracy nad realnymi projektami.

Współczesna branża medialna jest niezwykle dynamiczna i poszukuje media masterów, czyli specjalistów od tworzenia treści medialnych potrafiących działać zgodnie z aktualnymi trendami rynkowymi i posługujących się nowoczesnymi technologiami. Kierunek zakłada wszechstronne praktyczne przygotowanie do zawodu poprzez opanowanie interdyscyplinarnej wiedzy kierunkowej z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości (co uwzględniono w efektach uczenia się w kategorii wiedzy) oraz umiejętności zawodowych, w tym z zakresu informatyki, pozwalających zastosować nabytą wiedzę w praktyce (co uwzględniono w efektach uczenia się w kategorii umiejętności). Osiągnięciu tego celu ma służyć stosowanie metody nauka przez działanie (learning by doing). Dlatego też warunkiem zaliczenia większości przedmiotów, nie tylko tych praktycznych, jest wykazanie się umiejętnością wykorzystania wiedzy w praktyce poprzez wykonanie konkretnej pracy. Dzięki temu studenci nie tylko doskonalą umiejętności, ale i budują własne portfolio, które mogą przedstawić przyszłemu pracodawcy. Z opinii interesariuszy wynikał również postulat zwrócenia szczególnej uwagi na osiąganie i doskonalenie kompetencji społecznych uznanych przez nich za kluczowe na współczesnym rynku pracy, między innymi kompetencji komunikacyjnych i liderkich, umiejętności efektywnej pracy w różnorodnych zespołach, również międzykulturowych i

międzynarodowych, umiejętności publicznego wypowiedzania się, argumentowania, skutecznego przedstawiania pomysłów.

Współczesna branża medialna jest niezwykle dynamiczna, specjaliści będący na bieżąco z pojawiającymi się trendami i technologiami są wciąż poszukiwani nie tylko w samej branży medialnej, ale także w firmach, organizacjach i instytucjach, które wykorzystują te technologie i trendy we własnych działaniach promocyjnych.

4. Opis realizacji programu

Studia trwają 6 semestrów i prowadzone są w trybie niestacjonarnym (sobota-niedziela co drugi weekend). Na program studiów składają się trzy grupy przedmiotów:

- grupa przedmiotów podstawowych z obszaru nauk społecznych i humanistycznych uzupełniających wiedzę kierunkową o zagadnienia z zakresu prawa, wiedzy o kulturze, wiedzy o współczesnym świecie prowadzone głównie w formie wykładów; w grupie tej znajdują się również lektoraty języka obcego;
- grupa przedmiotów kierunkowych, pozwalających na nabycie wiedzy i umiejętności z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki. Przedmioty te realizowane są w formie wykładów, konwersatoriów i ćwiczeń. W grupie tej znajdują się zajęcia obowiązkowe dające podstawową i pogłębioną wiedzę kierunkową z tych trzech dyscyplin oraz pozwalające na jej rozszerzenie w konkretnych obszarach przedmioty obowiązkowe i obieralne z tych trzech dyscyplin;
- grupa przedmiotów specjalistycznych, realizowanych głównie w formie ćwiczeń i warsztatów, prowadzonych w formie praktycznej przez specjalistów i praktyków z rynku pracy. Większość z nich to przedmioty obieralne. Zajęcia te prowadzone są w małych grupach w warunkach odpowiadających przyszłemu miejscu pracy czyli w specjalistycznych pracowniach informatycznych i studiu telewizyjnym.

Kierując się opiniami pracodawców, oprócz kierunkowej wiedzy i wynikającymi z niej specjalistycznymi umiejętnościami opisanymi w efektach kształcenia w kategoriach wiedzy i umiejętności, w programie studiów uwzględniono przedmioty kształtujące kompetencje społeczne, takie jak kompetencje językowe i komunikacyjne, praca w zespole i wielokulturowym środowisku, umiejętności związane z publicznym wypowiedzaniem się, negocjowaniem, a także uwrażliwiające na potrzeby osób z niepełnosprawnościami (dostępność mediów, projektowanie uniwersalne) oraz zagrożenia związane z dyskryminacją czy manipulacją.

Aby ułatwić absolwentom odnalezienie się na międzynarodowym rynku pracy program studiów uwzględnia także przedmioty prowadzone w języku angielskim, dzięki czemu studenci mają możliwość doskonalenia języka fachowego oraz podnoszenia kompetencji językowych nie tylko w ramach obowiązkowego lektoratu języka obcego. Studenci mogą także realizować część programu studiów na uczelniach zagranicznych w ramach programu Erasmus+.

Studenci kierunku media mastering będą mogli pogłębiać wiedzę i doskonalić umiejętności biorąc udział w pracach trzech kół naukowych: Kole Naukowym Dziennikarzy i Producentów dla zainteresowanych dziennikarstwem, produkcją medialną, Kole Naukowym Menedżer dla zainteresowanych zarządzaniem, ekonomią i finansami, Kole Naukowym Informatyków dla zainteresowanych modelowaniem przestrzennym i drukiem wielowymiarowym, projektowaniem uniwersalnym, bezpieczeństwem danych, e-biznesem, grafiką i VR.

W semestrach 1 i 2 dominują przedmioty kierunkowe i podstawowe realizowane w formie wykładów i konwersatoriów, w kolejnych zajęcia praktyczne, w tym specjalistyczne warsztaty prowadzone przez praktyków, których celem jest nabycie i doskonalenie umiejętności. Nacisk położony jest na praktyczne formy realizacji treści programowych i weryfikację osiągania efektów uczenia się poprzez stosowanie metody learning by doing (nauka przez działanie). Ponad 60% zajęć realizowanych jest w formie praktycznej. Przedmioty fakultatywne stanowią około 40% ogólnej liczby punktów ECTS, studenci wybierają je z listy proponowanych kursów do wyboru, udostępnionej im przed rozpoczęciem kolejnego semestru.

Program studiów obejmuje sześciomiesięczną praktykę zawodową. Studia kończą się egzaminem dyplomowym.

5. Praktyki zawodowe - wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Wszystkich studentów obowiązują sześciomiesięczne praktyki zawodowe. Ich celem jest zaznajomienie studentów z charakterem przyszłego zawodu, wykorzystanie nabytych umiejętności i wiedzy w praktycznym działaniu, zyskanie doświadczenia zawodowego oraz poznanie warunków pracy zespołowej, sprawdzenie zdolności do adaptacji w nowym środowisku, elastyczności zachowań oraz możliwości realizacji własnych planów zawodowych. Jeden miesiąc praktyki studenci realizują w studiu telewizyjnym Krakowskiej Akademii w ostatnim miesiącu semestru V, tworząc własne produkcje wideo pod nadzorem pracowników studia, pozostałe 5 miesięcy w semestrze VI. Studenci mogą odbywać praktyki w mediach, takich jak redakcje prasowe, stacje telewizyjne, portale internetowe, w biurach do spraw promocji i komunikacji w instytucjach, organizacjach i przedsiębiorstwach oraz w firmach, które wykorzystują nowoczesne kanały komunikacji. Studenci mogą sami proponować pełnomocnikowi do spraw praktyk miejsce odbycia praktyki (w takim przypadku pełnomocnik zobowiązany jest do sprawdzenia czy zaproponowane miejsce umożliwia osiągnięcie efektów uczenia się przypisanym praktykom oraz do dopełnienia formalności w postaci ustalenia warunków nadzoru Uczelni nad odbywaniem praktyki oraz podpisania umowy) lub skorzystać z pośrednictwa pełnomocnika w znalezieniu miejsca odbywania praktyki. Istnieje też możliwość odbycia praktyki w jednostkach organizacyjnych uczelni: dziale promocji oraz w studiu telewizyjnym Krakowskiej Akademii.

Przebieg praktyk dokumentowany jest przez studenta w dzienniku praktyk, potwierdzany przez wyznaczonego opiekuna oraz nadzorowany przez pełnomocnika dziekana ds. praktyk studenckich. Pełnomocnik może również zaliczyć studentowi pracę zawodową jako praktykę na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu z wyszczególnionym stanowiskiem i okresem zatrudnienia oraz zakresem wykonywanych obowiązków, jeśli stwierdzi, że odpowiadają formalnym (czas trwania) i merytorycznym (efekty) wymogom.

6. Badania naukowe

a. Główne kierunki badań naukowych w jednostce

- Zmiany na rynkach medialnych i ich technologiczne i ekonomiczne uwarunkowania i konsekwencje.
- Rola mediów we współczesnym państwie, społeczeństwie, gospodarce, kulturze oraz problemy i nowe zjawiska z tym związane.
- Wykorzystywanie nowych technologii informacyjno-komunikacyjnych przez różnego rodzaju organizacje i instytucje (polityczne, społeczne, biznesowe).
- Wykorzystywanie nowych form komunikacji w marketingu ekonomicznym, społecznym i politycznym.

- Zarządzanie społeczną odpowiedzialnością biznesu, zarządzanie rozwojem i innowacyjnością firmy, determinanty zrównoważonego rozwoju przedsiębiorstw.

b. Związek badań naukowych z dydaktyką w ramach dyscyplin, do których przyporządkowany jest kierunek studiów

Badania naukowe realizowane przez kadrę dydaktyczną obejmują tematykę i metodologię nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o zarządzaniu i jakości i są bezpośrednio powiązane z dydaktyką poprzez założone dla kierunku efekty uczenia się oraz dobór przedmiotów w planie studiów (zarówno obowiązkowych jak i obieralnych). Wyniki badań prowadzonych przez pracowników są prezentowane i omawiane na zajęciach ze studentami. Pracownicy publikują prace naukowe i podręczniki, w których uwzględniane są najnowsze osiągnięcia badawcze. Studenci w ramach przygotowywania się do zajęć mają obowiązek zapoznawania się z artykułami naukowymi dotyczącymi zagadnień prezentowanych na przedmiotach.

7. Opis infrastruktury niezbędnej do prowadzenia kształcenia

Wszystkie zajęcia odbywają się na kampusie Krakowskiej Akademii. Sale wykładowe wyposażone są w rzutniki multimedialne, ekrany, cyfrowe rzutniki folii i pisma, wysokiej jakości sprzęt komputerowy (z dostępem do internetu), sprzęt nagłaśniający i mikrofony, sprzęt wideo, dające możliwość prezentacji materiałów filmowych, nagrań audio oraz prezentacji multimedialnych. Pomieszczenia dydaktyczne są klimatyzowane. Na terenie całego kampusu można korzystać z darmowego dostępu do bezprzewodowego internetu (hot spot). Budynek uczelni są w pełni przystosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami.

Studenci kierunku media mastering mogą korzystać z profesjonalnego studia telewizyjnego oraz pracowni montażowej wyposażonych w nowoczesny sprzęt i oprogramowanie. Studenci mogą korzystać z konsultacji doświadczonych pracowników studia oraz ze sprzętu znajdującego na wyposażeniu, mają także możliwość wypożyczenia sprzętu do realizacji własnych projektów.

Zajęcia z zakresu informatyki odbywają się w specjalistycznych pracowniach informatycznych (laboratoria komputerowe, pracownia druku 3D i dronów, pracownia projektowania uniwersalnego, pracownia wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości).

Każdy student rozpoczynający naukę w Krakowskiej Akademii ma tworzone indywidualne konto w usłudze MS Office 365 obejmujące m.in. konto pocztowe Outlook, podstawowe oprogramowanie biurowe (Word, PowerPoint, Excel) oraz komunikator MS Teams. Studenci mają dostęp do książek, czasopism i baz danych dostępnych w bibliotece. Studenci mają możliwość korzystania z zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość z użyciem uczelnianej platformy e-learningowej zarządzanej przez Centrum e-learningu.

8. Wymogi związane z ukończeniem studiów

Program studiów nie przewiduje pisania pracy dyplomowej (licencjackiej). Studia kończą się ustnym egzaminem dyplomowym składanym przed komisją powołaną przez dziekana. W ramach przygotowania do egzaminu dyplomowego studenci uczestniczą w seminarium dyplomowym realizowanym w semestrze 6. Lista prowadzących seminaria jest udostępniana studentom przed rozpoczęciem semestru.

Tematyka seminariów obejmuje zagadnienia z zakresu przedmiotów obowiązkowych realizowanych w czasie studiów, a ich lista, po zatwierdzeniu jej przez Radę Wydziału, jest udostępniana seminarzystom na początku każdego roku akademickiego. Warunkiem zaliczenia seminarium jest opracowanie projektu dyplomowego składającego się z części teoretycznej w postaci dokumentacji projektowej (o łącznej objętości około 20 tys. znaków) oraz - w części praktycznej - multimedialnej prezentacji tego zagadnienia i umieszczenie jej na platformie e-learningowej. Tematyka projektów seminaryjnych studentów, każdorazowo uzgadniana z prowadzącym seminarium, musi być związana ze studiowanym kierunkiem i prezentować praktyczne wykorzystanie zdobytej w czasie studiów wiedzy, umiejętności i kompetencji (np. kampania komunikacyjna firmy/organizacji, kampania wizerunkowa, dokumentacja i stworzenie strony internetowej wraz ze wszystkimi koniecznymi jej komponentami zgodnie z sztuką UX i projektowania uniwersalnego, blog i jego popularyzacja z wykorzystaniem najnowszych trendów, wykorzystanie social mediów dla promocji i budowania wizerunku przez jednostki, organizacje, projekt kampanii społecznej, projekt dotyczący organizacji oraz promocji: wydarzenia kulturalnego, społecznego itp.).

W trakcie ustnego egzaminu dyplomowego student odpowiada na trzy pytania: dwa z nich pochodzą z listy zagadnień egzaminacyjnych, jedno dotyczy szczegółowego zagadnienia związanego z projektem.

Szczegółowe warunki przeprowadzania egzaminu dyplomowego będą opisane w Procedurze dyplomowania zamieszczonej wraz z aktualną listą zagadnień egzaminacyjnych na stronie internetowej Wydziału w zakładce Egzamin dyplomowy.

Opis zakładanych efektów uczenia się w odniesieniu do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji

Nazwa wydziału: Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej		
Nazwa kierunku studiów: media mastering		
Poziom studiów: studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia: praktyczny		
Symbol	Opis zakładanych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomie 6 PRK
Efekty uczenia się: Wiedza (zna i rozumie)		
EUK6_W1	kluczowe teorie z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki, rozumie ich znaczenie dla wykonywania zawodów związanych ze studiowanym kierunkiem	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W2	regulacje prawne dotyczące funkcjonowania różnych rodzajów mediów, ochrony własności intelektualnej i przemysłowej, ochrony danych osobowych, bezpieczeństwa informacji	P6S_WK

EUK6_W3	rolę i specyfikę współczesnej komunikacji społecznej oraz polityczne, społeczne, ekonomiczne i technologiczne uwarunkowania funkcjonowania współczesnych mediów	P6S_WK
EUK6_W4	rolę komunikacji w zarządzaniu przedsiębiorstwami, instytucjami i organizacjami oraz zasady i narzędzia marketingu	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W5	zasady profesjonalizmu i etyki w zawodach związanych z przestrzenią medialną i biznesową oraz ich specyfikę i znaczenie	P6S_WG P6S_WK
EUK6_W6	narzędzia i technologie informacyjno-komunikacyjne oraz funkcjonalności różnych form mediów we współczesnej przestrzeni cyfrowej.	P6S_WG P6S_WK
Efekty uczenia się: Umiejętności (potrafi)		
EUK6_U1	sprawnie posługiwać się językiem polskim oraz językiem obcym w mowie i piśmie na poziomie B2	P6S_UK P6S_UU
EUK6_U2	tworzyć profesjonalne multimedialne treści dla potrzeb współczesnych mediów	P6S_UW P6S_UK P6S_UO P6S_UU
EUK6_U3	posługiwać się nowoczesnymi narzędziami i technologiami informacyjno-komunikacyjnymi	P6S_UW P6S_UO P6S_UU
EUK6_U4	korzystać z różnych źródeł informacji, krytycznie je oceniać i weryfikować	P6S_UW P6S_UK
EUK6_U5	pracować w zespole pełniąc w nim różne role, w tym zarządcze, sprawnie się komunikować w różnych środowiskach i sytuacjach zawodowych, prezentować własne pomysły i przekonywać do nich	P6S_UW P6S_UU P6S_UK P6S_UO
EUK6_U6	tworzyć strategie budowania i zarządzania społecznościami internetowymi oraz skutecznie prowadzić działania marketingowe w mediach	P6S_UW P6S_UU
EUK6_U7	interpretować regulacje prawne i etyczne związane z przyszłym zawodem i postępować zgodnie z nimi oraz przewidywać prawne, społeczne i biznesowe skutki swoich działań.	P6S_UW P6S_UO P6S_UU P6S_UK
Efekty uczenia się: Kompetencje społeczne (jest gotów do)		
EUK6_KS1	obiektywnej oceny posiadanej wiedzy, stałego jej pogłębiania i wykorzystywania w praktyce zawodowej oraz do planowania własnego rozwoju i ścieżki kariery	P6S_KK P6S_KR
EUK6_KS2	pracy w zespole, odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, przestrzegania zasad prawa i etyki zawodowej, jest kreatywny i otwarty na nowe wyzwania, powierzone zadania wykonuje rzetelnie, starannie i terminowo	P6S_KO P6S_KR P6S_KK

EUK6_KS3	podejmowania kontaktów w życiu zawodowym i publicznym oraz propagowania działań na rzecz interesu publicznego	P6S_KO P6S_KR P6S_KK
EUK6_KS4	przeciwdziałania praktykom manipulacyjnym i dyskryminacyjnym w życiu zawodowym i prywatnym.	P6S_KK P6S_KO

Grupa zajęć podstawowych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Treści zapewniające poznanie istotnych zagadnień z zakresu wybranych nauk społecznych i humanistycznych, w tym nauk prawnych, wiedzy o kulturze, filmoznawstwa. Pozwalają one poszerzyć wiedzę kierunkową o kontekst i perspektywę innych dyscyplin naukowych.</p> <p>W tej grupie znajduje się także lektoraty języka obcego oraz WF.</p>
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	
Grupa zajęć kierunkowych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	<p>Treści zapewniające pogłębioną wiedzę z zakresu dyscypliny wiodącej nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz dyscyplin dodatkowych – nauk o zarządzaniu i jakości oraz informatyki, w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiedza, umiejętności i kompetencje z zakresu prawnych, etycznych, politycznych i ekonomicznych uwarunkowań współczesnej komunikacji medialnej i zawodów z nią związanych - marketingu i jego narzędzi - skutecznego poruszania się w obszarze technologii informacyjno-komunikacyjnych - budowania sieci kontaktów w środowisku lokalnym i międzynarodowym - krytycznej analizy, tworzenia i rozpowszechniania treści na różnych platformach medialnych
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	

Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	Treści zapewniają uzyskanie następujących kompetencji: -kreatywnej pracy i kooperacji w grupie, -skutecznej komunikacji i autoprezentacji -w zakresie świadomości różnorodności kulturowej w wymiarze społecznym, gospodarczym i kulturowym.
Grupa zajęć specjalistycznych		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W1 EUK6_W2 EUK6_W3 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	Treści zapewniające specjalistyczną wiedzę kierunkową oraz pozwalające na nabycie umiejętności zawodowych w czasie warsztatów prowadzonych przez specjalistów praktyków, realizowanych w warunkach odpowiadających przyszłemu miejscu pracy, w szczególności wiedza, umiejętności i kompetencje z zakresu:
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U4 EUK6_U5 EUK6_U6 EUK6_U7	- warsztatu dziennikarskiego (kompetencje językowe, gatunki i formaty medialne, zasady tworzenia różnego typu przekazów), - projektowania i wdrażania instrumentów marketingu dla różnego typu organizacji, firm i instytucji, - wykorzystywania funkcjonalności różnych form mediów we współczesnej przestrzeni cyfrowej.
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	
Praktyki		
Efekty uczenia się przypisane do grupy zajęć		Treści programowe
Wiedza	EUK6_W2 EUK6_W4 EUK6_W5 EUK6_W6	Praktyki umożliwiają weryfikację wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie uczenia się z oczekiwaniami pracodawców, a także: - poznanie kultury korporacyjnej instytucji i ich struktury organizacyjnej, - obserwacje i uczestniczenie w zadaniach zespołowych i kierowniczych, - wykorzystanie nabytych umiejętności w praktycznym działaniu,
Umiejętności	EUK6_U1 EUK6_U2 EUK6_U3 EUK6_U6 EUK6_U7	- zyskanie doświadczenia zawodowego, - poznanie warunków pracy zespołowej, - umożliwienie realizacji własnych planów zawodowych.
Kompetencje	EUK6_KS1 EUK6_KS2 EUK6_KS3 EUK6_KS4	

Efekty uczenia się	Metody weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych w trakcie całego cyklu kształcenia
Wiedza	<p>Osiągnięcie efektów uczenia się jest weryfikowane poprzez następujące formy zaliczania poszczególnych przedmiotów:</p> <ul style="list-style-type: none"> - egzaminy pisemne i ustne, - testy egzaminacyjne i zaliczeniowe, - referaty i prezentacje, - prace projektowe. <p>Ostateczną formą weryfikacji wiedzy jest ustny egzamin dyplomowy, obejmujący treści z całego toku studiów, do którego studenci przygotowują się w trakcie seminarium dyplomowego.</p>
Umiejętności	<p>Podstawową metodą weryfikowania osiągniętych umiejętności, odpowiadającą praktycznemu profilowi studiów, jest metoda learning by doing (nauka przez działanie). Zgodnie z nią, warunkiem zaliczenia większości przedmiotów, nie tylko praktycznych, jest wykonanie projektu weryfikującego osiągnięcie umiejętności założonych w modułowych efektach uczenia się. Projekty realizowane są indywidualnie lub grupowo.</p> <p>Dodatkową formą weryfikacji osiągniętych efektów są praktyki, w czasie których studenci muszą wykazać się umiejętnościami oczekiwanymi przez pracodawców.</p>
Kompetencje	<p>Osiągnięcie kompetencji weryfikowane jest w trakcie całego cyklu uczenia się. Przy wystawianiu ocen końcowych z każdego przedmiotu bierze się pod uwagę nie tylko nabytą wiedzę i osiągnięte umiejętności, ale także założone w efektach uczenia się kompetencje, takie jak aktywność w czasie zajęć, zaangażowanie w pracę, terminowość wykonywania zadań, praca w zespole, kreatywność.</p> <p>Dodatkową formą weryfikacji osiągniętych efektów są praktyki, w czasie których studenci muszą wykazać się nie tylko wiedzą kierunkową i umiejętnościami, ale również kompetencjami oczekiwanymi przez pracodawców.</p>