

Program studiów**Część B) programu studiów*****Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się**

| | |
|---|---|
| Wydział prowadzący studia: | Wydział Politologii i Studiów Międzynarodowych |
| Kierunek na którym są prowadzone studia: <i>(nazwa kierunku musi być adekwatna do zawartości programu studiów a zwłaszcza do zakładanych efektów uczenia się)</i> | Dziennikarstwo i komunikacja społeczna |
| Poziom studiów: <i>(studia pierwszego, drugiego stopnia, jednolite studia magisterskie)</i> | II stopnia |
| Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji: <i>(poziom 6, poziom 7)</i> | Poziom 7 |
| Profil studiów: <i>(ogólnoakademicki, praktyczny)</i> | Ogólnoakademicki |
| Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się: <i>W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny, wskazuje się dyscypliny (malejąco wg udziału %); jako pierwszą wykazuje się dyscyplinę wiodącą, w ramach której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się (zob. szczegółowe wskaźniki – punktacji ECTS)</i> | Dziedzina nauk społecznych Dyscyplina: nauki o komunikacji społecznej i mediach (92,2 %) Dyscyplina: nauki socjologiczne (7,8%) Dyscyplina wiodąca: nauki o komunikacji społecznej i mediach |
| Forma studiów: <i>(studia stacjonarne, studia niestacjonarne)</i> | Stacjonarne |
| Liczba semestrów: | 4 |
| Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie: | 120 |
| Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych: | 735 |

| | |
|---|--|
| <p>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:</p> | <p>Magister</p> |
| <p>Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:</p> | <p>Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest prestiżowy, cechuje się wysokim poziomem kształcenia. Jego zapewnienie jest możliwe dzięki licznym badaniom naukowym prowadzonym przez pracowników Wydziału, w szczególności przez Katedrę DiKS. Są to badania integrujące kadre naukową i studentów. Program studiów DiKS II stopnia został sprofilowany w sposób nowoczesny, pragmatyczny, uwzględniający prawa rynku pracy. Studia zapewniają możliwość rozwoju osobowości, kreatywności, elastyczności i wrażliwości społecznej, a to przyczynia się do budowy społeczeństwa obywatelskiego. Z kompetencji naszych absolwentów korzystają różne regiony Polski, studenci UMK rekrutują się bowiem z obszaru całego kraju, ale przede wszystkim regionu kujawsko-pomorskiego. Program kierunku odzwierciedla potrzeby tutejszego rynku pracy, oczekiwań środowiska gospodarczego, instytucji samorządowych i organizacji tworzących infrastrukturę. Z badań zleconych przez Polską Agencję Rozwoju przedsiębiorczości wynika, że jedną z kategorii zawodów przyszłości tworzą zawody „internetowe”, takie jak: copywriter, projektant witryn internetowych, analityk ruchu na stronach WWW. Do niej należą także te związane z organizacją i sposobem prezentacji zawartości stron WWW lub opracowywaniem strategii firmy dotyczącej komunikacji za pomocą poczty elektronicznej (np. e-mail channel specialist). Uniwersytet jest świadom ww. tendencji, co odzwierciedla Strategia UMK na lata 2011-2020. Zgodnie z przyjętym dokumentem, Uniwersytet ma m.in.: przyczynić się do dalszego rozwoju potencjału intelektualnego województwa kujawsko-pomorskiego oraz wzrostu innowacyjności; dysponować nowoczesną bazą materialną, zapewniając bardzo dobre warunki studiowania i pracy naukowo-badawczej, odpowiadające wysokim standardom światowym; wydaje dyplomy ukończenia studiów cieszące się najwyższym uznaniem pracodawców. Dzięki wysokiemu poziomowi procesu dydaktycznego, jakości pracy kadry naukowej i zaangażowaniu studentów, a także innowacyjności wyrażającej się w programie studiów oraz metodach i środkach dydaktycznych, kierunek studiów sprzyja umacnianiu pozycji UMK wśród wiodących polskich uczelni wyższych. Wspomniana innowacyjność, obserwacja międzynarodowych trendów i korzystanie z wzorów zagranicznych, sprawiają że dziennikarstwo i komunikacja społeczna może przyczynić się do wzrostu znaczenia UMK w gronie uczelni światowych. Prowadzenie studiów II stopnia DiKS jest gwarancją pozyskania uzdolnionych kandydatów na studia III stopnia (w zakresie nauki o mediach i nauki o komunikowaniu). Jak pokazują doświadczenia ze studiami dziennikarskimi I stopnia, poziom intelektualny oraz postawa kandydatów/studentów są bardzo wysokie – w porównaniu z kandydatami na inne kierunki społeczne i humanistyczne. Pragnąc zatrzymać utalentowaną młodzież w uczelni, oferujemy atrakcyjny program studiów II stopnia. Część z nich uda się pozyskać w przyszłości do zespołów badawczych realizujących badania komercyjne.</p> |

| Przedmioty/grupy zajęć wraz z zakładanymi efektami uczenia się* | | | | |
|---|--|---|---|--|
| Grupy przedmiotów | Przedmiot | Zakładane efekty uczenia się | Formy i metody kształcenia zapewniające osiągnięcie efektów uczenia się | Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta |
| Grupa I: Komunikacja i kultura | Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów | <p><u>Wiedza:</u> Student definiuje najważniejsze pojęcia z zakresu ww. przedmiotów, kompleksowo opisuje zależności między systemami mediów, kultury i społeczeństwa. Zna relację kultura - komunikacja.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student analizuje poszczególne teorie i paradygmaty oraz stosuje je w przestrzeni komunikacyjnej, weryfikuje założenia teoretyczne z faktycznymi procesami zachodzącymi w komunikacji. Krytycznie odnosi się do prezentowanych koncepcji teoretycznych. Posiada umiejętność krytycznej analizy komunikowania masowego.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Student prawidłowo ocenia skalę wpływu mediów na życie społeczne i kulturę. Zyskuje umiejętność komunikowania się w środowisku wielokulturowym i międzynarodowym, zdobywa kompetencje społeczne czyniące go aktywną jednostką w warunkach globalizacji. Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki o komunikowaniu i wiedzy o kulturze na dalszym etapie kształcenia.</p> | Opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji | Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty |
| | Kultura popularna | | | |
| | Teorie komunikacji i mediów | | | |
| | Komunikowanie międzykulturowe | | | |
| | Filozofia dialogu i komunikacji | | | |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Grupa II. Społeczeństwo i media | Współczesne społeczeństwo polskie | <p><u>Wiedza:</u> Student definiuje zjawiska społeczne występujące w społeczeństwie polskim, jak również w skali międzynarodowej. Student objaśnia determinanty zjawisk społecznych występujących w różnych społeczeństwach, w tym w polskim. Student rozumie treści występujące w ramach zajęć, wymienia tytuły podstawowych mediów regionalnych. Przedstawia ich historię.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student wykorzystuje przyswojoną teorię do zbadania jak poszczególne zjawiska wpływają na siebie nawzajem. Student formułuje opinie dotyczące zjawisk, procesów, relacji we współczesnych społeczeństwach. Potrafi krytycznie analizować zjawiska zachodzące od ponad dwudziestu lat na polskim rynku mediów lokalnych i środowiskowych. Rozumie i ocenia rolę mediów lokalnych.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> W oparciu o uzyskaną wiedzę student nabywa kompetencje społeczne, przydatne m.in. w działalności zawodowej. Jest jednostką aktywną w warunkach globalizacji.</p> | <p>Opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji</p> | <p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty</p> |
| | Media lokalne i środowiskowe | | | |
| | Mediatyzacja | | | |
| | Problemy współczesnego świata: Wolność słowa i wolność mediów lub Media wobec współczesnych idei i ideologii | | | |

| | | | | |
|--|-----------------------|--|--|--|
| Grupa III. Nowe media – aspekty prawne i psychologiczne | Psychologia internetu | <p><u>Wiedza:</u> Student ma wiedzę o regułach prawa, normach etycznych, z a w o d o w y c h o r a z o koncepcjach organizacyjnych dotyczących obszaru nowych mediów. Student wie, jak nowe media wpływają na psychikę jednostki i sposób funkcjonowania grupy społecznej. Rozpoznaje i charakteryzuje mechanizmy komunikacyjne obecne w nowych mediach.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Student rozumie i wyjaśnia, jaki wpływ wywiera wirtualny świat na rozwój stosunków międzyludzkich; student identyfikuje i objaśnia zalety i wady płynące z użytkowania nowoczesnych technologii. Kształci umiejętność dowodzenia swych racji w ramach wypowiedzi ustnych i pisemnych.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Student wskazuje sposoby rozwiązań problemów związanych z użytkowaniem nowych mediów. Nabywa kompetencje społeczne ułatwiające funkcjonowanie w specyficznym środowisku komunikacyjnym, jaki stanowią współcześnie nowe media (tzw. kompetencje cyfrowe). Jest jednostką aktywną, działającą w oparciu o normy prawne i etyczne.</p> | <p>Opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji</p> | <p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p> |
| | Prawo autorskie | | | |

| | | | | |
|--|---|---|--|---|
| Grupa IV a. Przedmioty specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe media | Język mediów | <p><u>Wiedza:</u> Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat warsztatu dziennikarskiego. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej, a także ma wiedzę w zakresie ochrony informacji.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Dysponuje umiejętnościami w zakresie warsztatu dziennikarskiego, pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.</p> | <p>Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne</p> | <p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty lub projekt</p> |
| | Gatunki i formaty medialne w internecie | | | |
| | Projekty graficzne w nowych mediach | | | |
| | TV online – produkcja multimedialna i video | | | |
| | Bezpieczeństwo informacyjne | | | |

| | | | | |
|--|--------------------------------|---|--|---|
| Grupa IV b. Przedmioty specjalnościowe: specjalność branding i public relations | Public relations w internecie | <p><u>Wiedza:</u> Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej. Ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę na temat warsztatu branży PR i brandingu. Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. Ma poszerzoną wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Dysponuje umiejętnościami w zakresie warsztatu dziennikarskiego, pogłębionymi w odniesieniu do obszaru nowych mediów. Posiada rozbudowany warsztat pracy w zakresie wybranej specjalności.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą. Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum.</p> | <p>Pokaz, opis, ćwiczeniowa, metoda doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne</p> | <p>Obecność na zajęciach, ocena ciągła, pisemna praca zaliczeniowa bądź ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub debaty lub projekt</p> |
| | Badania i strategię w branding | | | |
| | Zarządzanie sytuacją kryzysową | | | |
| | Creative Thinking | | | |
| | Team Building | | | |

| | | | | |
|---|-----------------------------|---|---|---|
| Grupa V. Praca magisterska i przygotowanie do egzaminu dyplomowego | Seminarium magisterskie | <u>Wiedza:</u> Student rozpoznaje i rozróżnia podstawowe metody badań przydatne do planowania pracy magisterskiej, rozpoznaje podstawowe kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez siebie tematu i używa owych kategorii i pojęć we właściwy sposób. <u>Umiejętności:</u> Student potrafi samodzielnie rozpoznać problem badawczy, w ramach którego pisze pracę magisterską, potrafi samodzielnie sformułować temat pracy magisterskiej i opracować plan pracy, właściwie używa kategorii i pojęć z zakresu metodologii badań społecznych (medioznawczych) stosowanych w swojej pracy. <u>Kompetencje społeczne:</u> Student prawidłowo określa priorytety służące realizacji zadania. | Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, projektu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy | Obecność na zajęciach, ocena ciągła, egzamin ustny bądź pisemny lub pisemna praca zaliczeniowa lub ustna prezentacja lub kolokwium (ustne bądź pisemne) lub projekt |
| | Metody badań medioznawczych | | | |

| | | | | |
|---------------------------------------|---|---|--|---|
| Grupa VI. Przedmioty do wyboru | Wykład ogólnouniwersytecki /monograficzny | <p><u>Wiedza:</u> Student nabywa wiedzę w ramach realizowanego wykładu i konwersatorium, definiuje i objaśnia najważniejsze pojęcia z danego zakresu.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Doskonali umiejętność formułowania wypowiedzi ustnych i pisemnych, w tym doskonali znajomość wybranego języka obcego na poziomie B2+. Potrafi integrować wiedzę z różnych obszarów, także spoza studiowanego kierunku.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny.</p> | <p>Pokaz, opis, opowiadanie, pogadanka, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny, wykład problemowy, metoda biograficzna, ćwiczeniowa, doświadczeń, klasyczna metoda problemowa, obserwacji, referatu, studium przypadku, sytuacyjna, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, metody oparte na współpracy</p> | <p>Sposób weryfikacji efektów uczenia się zależy od prowadzących wykłady ogólnouniwersyteckie. W przypadku konwersatoriów: obecność na zajęciach i aktywny udział w dyskusji (ocena ciągła); dłuższe wypowiedzi pisemne na zadany temat; kolokwia sprawdzające wiedzę; prezentacje.</p> |
| | Konwersatorium do wyboru (j. polski) | | | |
| | Konwersatorium do wyboru (j. obcy) | | | |

| | | | | |
|--|-------------------|---|---|---|
| <p>Lektorat z języka obcego</p> | <p>Język obcy</p> | <p><u>Wiedza:</u> Ma opanowany szeroki zasób słownictwa, wyrażeń i zwrotów pozwalających na płynną komunikację w języku obcym w sytuacjach zarówno ogólnych, jak i związanych z kierunkiem studiów. Zna struktury gramatyczne w zakresie morfologii i składni. Zna podstawowe zasady fonetyczne i słowotwórcze.</p> <p><u>Umiejętności:</u> Rozumie ustne i pisemne przekazy w języku obcym oraz dłuższe wypowiedzi i wykłady na tematy związane z dziedziną studiów. Potrafi porozumiewać się w języku obcym przy użyciu różnych kanałów i technik na tematy ogólne i związane z dziedziną studiów. Potrafi czytać i słuchać ze zrozumieniem, tłumaczyć, analizować i interpretować różnego rodzaju teksty i komunikaty słowne w języku obcym oraz znajdować w nich informacje potrzebne do funkcjonowania w życiu codziennym oraz środowisku akademickim. Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych dla celów akademickich w zakresie języka ogólnego oraz zagadnień właściwych dla studiowanego kierunku.</p> <p><u>Kompetencje społeczne:</u> Rozumie potrzebę znajomości języka obcego we współczesnym świecie. Ma świadomość poziomu swojej wiedzy językowej i potrzebę ciągłego doskonalenia umiejętności językowych. Potrafi pracować w grupie przyjmując w</p> | <p>Metody wskazane przez Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych</p> | <p>Egzamin ustny i pisemny lub kolokwium (ustne bądź pisemne)</p> |
|--|-------------------|---|---|---|

| | | | | | | | | |
|---|---|----------|----------|----------|---|----------|------------|----------|
| Grupa I: Komunikacja i kultura | Społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów | 6 | 6 | - | - | - | 2,5 | 6 |
| | Kultura popularna | 4 | - | 4 | - | - | 2 | 4 |
| | Teorie komunikacji i mediów | 9 | 9 | - | - | - | 4,5 | 9 |
| | Komunikowanie międzykulturowe | 6 | 6 | - | - | - | 2,5 | 6 |
| | Filozofia dialogu i komunikacji | 3 | 3 | - | - | - | 1 | 3 |
| Grupa II: Społeczeństwo i media | Współczesne społeczeństwo polskie | 5 | - | 5 | - | - | 2 | 5 |
| | Media lokalne i środowiskowe | 2 | 2 | - | - | - | 1 | 2 |
| | Mediatyzacja | 5 | 5 | - | - | - | 2,5 | 5 |
| | Wolność słowa i wolność mediów lub Media wobec współczesnych idei i ideologii | 5 | 5 | - | - | 5 | 2,5 | 5 |
| Grupa III: Nowe media – aspekty prawne i psychologiczne | Psychologia internetu | 5 | 5 | - | - | - | 2,5 | 5 |
| | Prawo autorskie | 5 | 5 | - | - | - | 2,5 | 5 |
| Grupa IVa: przedmioty specjalnościowe: Specjalność dziennikarstwo i nowe media | Język mediów | 5 | 5 | - | - | 5 | 2,5 | 5 |
| | Gatunki i formaty medialne w internecie | 4 | 4 | - | - | 4 | 2 | 4 |
| | Projekty graficzne w nowych mediach | 4 | 4 | - | - | 4 | 2 | 4 |
| | TV online – produkcja multimedialna i video | 3 | 3 | - | - | 3 | 2 | 3 |

| | | | | | | | | |
|---|--|------------|------------|----------|------------|-----------|-------------|------------|
| | Bezpieczeństwo informacyjne | 5 | 5 | - | - | 5 | 2,5 | 5 |
| Grupa IVb: Przedmioty specjalnościowe: Specjalność branding i public relations | Public relations w internecie | 5 | 5 | - | - | 5 | 2,5 | 5 |
| | Badania i strategie w branding | 4 | 4 | - | - | 4 | 2 | 4 |
| | Zarządzanie sytuacją kryzysową | 4 | 4 | - | - | 4 | 2 | 4 |
| | Creative Thinking | 3 | 3 | - | - | 3 | 2 | 3 |
| | Team building | 5 | 5 | - | - | 5 | 2,5 | 5 |
| Grupa V. Przygotowanie pracy magisterskiej i przygotowanie do egzaminu dyplomowego | Seminarium magisterskie | 21 | 21 | - | - | 21 | 11 | 21 |
| | Metody badań medjoznawczych | 8 | 8 | - | - | - | 4 | 8 |
| Grupa VI. Przedmioty do wyboru | Wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny | 4 | - | - | 4 | 4 | 3 | 4 |
| | Konwersatorium do wyboru (j. polski) | 3 | 3 | - | - | 3 | 2 | 3 |
| | Konwersatorium do wyboru (j. obcy) | 5 | 5 | - | - | 5 | 3 | 5 |
| Lektorat z języka obcego | Język obcy specjalistyczny II | 3 | 3 | - | - | 3 | 2 | - |
| RAZEM: | | 120 | 107 | 9 | # 4 | 62 | 61,5 | 117 |
| | | | 92,2% | 7,8% | | 51,7% | 51,25% | 97,5% |

* załącznikiem do programu studiów jest opis treści programowych dla przedmiotów

Punkty ECTS nie zostały wliczone do ogólnej puli punktów, ze względu na trudności z określeniem dyscypliny (wykłady ogólnouniwersyteckie/monograficzne)

Na kierunku studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna, stopień drugi, studia stacjonarne obowiązuje rozliczenie semestralne.

Studenci, dodatkowo, zobowiązani są do zaliczenia internetowego kursu BHP.

Studenci mają też możliwość uczestniczenia w szkoleniu bibliotecznym (fakultatywne)

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2019/2020.

Program studiów został uchwalony na posiedzeniu Rady Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych w dniu 16.04.2019 r.

Dziekan

Wydziału Politologii i Studiów Międzynarodowych

dr hab. Zbigniew Karpus prof. UMK