

**KIERUNEK DZIENNIKARSTWO I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA - PLAN STUDIÓW OD ROKU AKADEMICKIEGO 2017/18**

STACJONARNE STUDIA II STOPNIA, PROFIL PRAKTYCZNY

SPECJALNOŚCI: REKLAMA I PUBLIC RELATIONS, FOTOGRAFIA MEDIALNA I REKLAMOWA

W - wykłady, K - konwersatorium, Ćw - ćwiczenia, S - seminarium

Lp.	Przedmiot	Forma zaliczenia		Forma zajęć				Liczba godz.	ECTS	I rok								II rok																							
		sem. zim.	sem. let.	W	K	Ćw	S			1 semestr				2 semestr				3 semestr				4 semestr																			
										W/K	Ćw	S	ECTS	W/K	Ćw	S	ECTS	W/K	Ćw	S	ECTS	W/K	Ćw	S	ECTS																
1.	Polszczyzna w praktyce	zo				30		30	4		30		4																												
2.	Psychologia społeczna	e/zo		15		15		30	4	15	15		4																												
3.	Główne nurty kultury światowej i polskiej XX i XXI wieku	e/zo		15		15		30	2	15	15		2																												
4.	Metody badań medjoznawczych	e/zo		15		15		30	4	15	15		4																												
5.	Język obcy	zo	zo			60		60	4		15		1		15		1		15		1		15		1		15		1		15		1		15		1		1		
6.	Podstawy marketingu		e/zo	15		15		30	4					15	15		4																								
7.	Teoria komunikowania masowego		e	15				15	1					15			1																								
8.	Pragmatyka językowa		e/zo	15		15		30	3					15	15		3																								
9.	Opinia publiczna		e/zo	15		15		30	4					15	15		4																								
10.	Tworzenie tekstów pisanych		zo			15		15	2						15		2																								
11.	Analiza dyskursu medialnego	zo				30		30	3										30		3																				
12.	Wychowanie fizyczne	zo		30				30											30																						
13.	Prawo autorskie	zo				15		15	1										15		1																				
14.	Ekonomika mediów	e		30				30	3									30			3																				
15.	Komunikowanie międzykulturowe		e/zo	15		15		30	4																			15	15										4		
16.	Wykład fakultatywny	zo		60				60	4	30			2					30			2																				
17.	Wykład na innym kierunku		zo	30				30	2					30			2																								
18.	Wykład monograficzny	zo	zo	60				60	4	15			1	15			1	15			1	15			1	15														1	
19.	Warsztaty dziennikarskie	zo	zo			90		90	12		15		3		15		3		30		3		30		3		30													3	
20.	Seminarium magisterskie	z	z			120		120	13			15	1			30	2				30	4																45	6		
				<b>330</b>		<b>345</b>	<b>120</b>	<b>795</b>	<b>78</b>	<b>90</b>	<b>105</b>	<b>15</b>	<b>22</b>	<b>105</b>	<b>90</b>	<b>30</b>	<b>23</b>	<b>75</b>	<b>120</b>	<b>30</b>	<b>18</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>45</b>	<b>15</b>																
semestry										<b>210</b>				<b>225</b>				<b>225</b>				<b>135</b>																			

**SPECJALNOŚĆ REKLAMA I PUBLIC RELATIONS**

21.	Laboratorium radiowe		zo		15		15	2						15			2												
22.	Sztuka autoprezentacji	zo			15		15	2		15																			
23.	Wizualne aspekty komunikacji w reklamie	zo		30			30	4		30																			
24.	Język reklamy		zo	15			15	4										15										4	
25.	Metodyka tworzenia tekstów i materiałów PR	zo			15		15	2																15				2	
26.	Public relations w przestrzeni komunikacyjnej przedsiębiorstw	zo			15		15	3																15				3	
27.	Copywriting	zo			20		20	4																20				4	
28.	Emisja głosu		zo		15		15	1																				15	
29.	Projektowanie kampanii PR		zo		15		15	2																				15	
30.	Techniki typograficzne w reklamie		zo		15		15	2																				15	
31.	Strategia reklamy		zo		15		15	2																				15	
32.	Marketing polityczny		zo		20		20	3																				20	
33.	Nowe media w komunikacji		zo		15		15	2																				15	
34.	Grafika komputerowa		zo		20		20	3																				20	
					<b>15</b>		<b>195</b>			<b>240</b>	<b>36</b>							<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>50</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>115</b>	<b>0</b>	<b>15</b>
	<b>semestry</b>													<b>45</b>			<b>30</b>							<b>50</b>			<b>115</b>		

**SPECJALNOŚĆ FOTOGRAFIA MEDIALNA I REKLAMOWA**

35.	Laboratorium radiowe	zo			15		15	2		15																				
36.	Semiotyka obrazu fotograficznego	zo		15			15	1		15																				
37.	Podstawy fotografii	zo			30		30	2		30																				
38.	Projektowanie fotograficzne	zo	zo		45		45	5		15				30																
39.	Historia fotografii światowej		zo	30			30	2							30															
40.	Komputerowy warsztat fotografii medialnej	zo			30		30	4																	30			4		
41.	Fotografia reklamowa	zo	zo		60		60	10																	30			4	30	6
42.	Podstawy fotograficznej perswazji wizualnej	zo			30		30	4																	30			4		
43.	Fotografia dokumentalna		zo		15		15	3																					15	3
44.	Fotografia w mediach		zo	15			15	3																					15	3
	<b>razem</b>			<b>60</b>			<b>225</b>			<b>285</b>	<b>36</b>			<b>15</b>	<b>60</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>90</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>15</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	
	<b>semestry</b>													<b>75</b>				<b>60</b>						<b>90</b>				<b>60</b>		

**SPECJALNOŚĆ REKLAMA I PUBLIC RELATIONS**

	<b>semestry</b>									<b>1035</b>	<b>114</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>120</b>	<b>105</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>75</b>	<b>170</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>175</b>	<b>45</b>	<b>30</b>	
	<b>semestry</b>													<b>270</b>				<b>225</b>					<b>260</b>				<b>250</b>	
	<b>SPECJALNOŚĆ FOTOGRAFIA MEDIALNA I REKLAMOWA</b>									<b>1080</b>	<b>114</b>	<b>105</b>	<b>165</b>	<b>15</b>	<b>30</b>	<b>135</b>	<b>120</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>75</b>	<b>210</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>45</b>	<b>105</b>	<b>45</b>	<b>30</b>	
	<b>semestry</b>													<b>300</b>				<b>285</b>					<b>300</b>				<b>195</b>	

Praktyki zawodowe*							<b>360</b>	<b>6</b>																						
--------------------	--	--	--	--	--	--	------------	----------	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

- W trakcie I roku studenci zobowiązani są do zaliczenia szkolenia z zakresu BHP oraz ochrony własności intelektualnej.
- Wykłady fakultatywne: Oferta corocznie aktualizowana. Studenci wybierają 3 wykłady, każdy po 30 godzin i 2 punkty ECTS
- Wykłady monograficzne: Oferta corocznie aktualizowana. Studenci wybierają 4 wykłady, każdy po 30 godzin i 2 punkty ECTS
- \*Praktyki zawodowe obowiązkowe dla studentów każdej specjalności
- Zasady przyjmowania na specjalność:**
  - Na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna każdy student na studiach stacjonarnych nieodpłatnie może wybrać tylko jedną specjalność
  - warunkiem utworzenia danej specjalności jest jej liczebność, odpowiadająca liczebności wskazanej w Zarządzeniu Rektora UG