

PROGRAM STUDIÓW
Kierunek studiów: kulturoznawstwo
Obowiązuje od roku akademickiego: 2020/21

Część I. Informacje ogólne.

1. Nazwa jednostki prowadzącej kształcenie: **Instytut Studiów Kulturowych**
2. Poziom kształcenia: **studia pierwszego stopnia**
3. Stopień Profil kształcenia: **ogólnoakademicki**
4. Liczba semestrów: **6**
5. Łączna liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: **183**
6. Łączna liczba godzin zajęć konieczna do ukończenia studiów: **1830 godzin**
7. Zaopiniowano na radzie wydziału w dniu: **26.03.2020 r.**
8. Wskazanie dyscypliny wiodącej, w której będzie uzyskiwana ponad połowa efektów uczenia się oraz procentowy udział poszczególnych dyscyplin, w ramach których będą uzyskiwane efekty uczenia się określone w programie studiów: **nauki o kulturze i religii 70%**
Nauki o komunikacji społecznej i mediach 3%, Nauki o polityce i administracji 2%,
Nauki prawne 2%, Nauki socjologiczne 3%, Nauki o zarządzaniu i jakości 4%,
Psychologia 2%

Nazwa dyscypliny wiodącej	Procentowy udział dyscypliny wiodącej
nauki o kulturze i religii	70%
filozofia	3%
językoznawstwo	6%
literaturoznawstwo	2%
nauki o sztuce	3%
nauki o komunikacji społecznej i mediach	3%
nauki o polityce i administracji	2%
nauki prawne	2%
nauki socjologiczne	3%
nauki o zarządzaniu i jakości;	4%
psychologia	2%
Razem:	100%

Część II. Efekty uczenia się.

Symbol opisu charakterystyk drugiego stopnia PRK	Symbol efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się
Wiedza, absolwent zna i rozumie:		
P6S_WG	KA6_WG1	miejsce i znaczenie nauk o kulturze i religii w relacji do nauk humanistycznych oraz społecznych, ich specyfikę przedmiotową i metodologiczną
	KA6_WG2	klasyczne i współczesne dokonania, w ośrodkach i szkołach badawczych studiów kulturoznawczych
	KA6_WG3	podstawową terminologię kulturoznawczą i antropologiczną w języku polskim i w wybranym języku obcym
	KA6_WG4	główne kierunki w obrębie nauk o kulturze i religii: 1. antropologia kultury 2. teoria kultury i teoria poszczególnych dyscyplin sztuki 3. historia kultury i historia poszczególnych dyscyplin sztuki 4. nauka o języku i literaturze 5. nauki o komunikacji społecznej i mediach, religioznawstwo
P6S_WK	KA6_WK1	normy konstytuujące i regulujące struktury i instytucje społeczne oraz źródła tych norm, ich naturę, zmiany i drogi wpływania na ludzkie zachowania
	KA6_WK2	główne kierunki i tendencje przeobrażeń we współczesnej kulturze
	KA6_WK3	historyczny charakter kształtowania się procesów, wzorów, norm i idei kulturowych
	KA6_WK4	podstawowe pojęcia z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego
	KA6_WK5	zasady działania instytucji kultury oraz orientuje się we współczesnym życiu kulturalnym
UMIEJĘTNOŚCI, absolwent potrafi:		
P6S_UW	KA6_UW1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcionować i użytkować informacje z wykorzystaniem różnych sposobów źródeł (pisanych, ikonicznych, elektronicznych etc.)
	KA6_UW2	wykorzystać podstawowe metody analizy i interpretacji różnych wytworów kultury właściwe dla wybranych tradycji, teorii lub szkół badawczych w zakresie różnych dyscyplin nauk humanistycznych
	KA6_UW3	formułować i analizować problemy badawcze, dobierać metody i narzędzia, opracowywać i prezentować wyniki pracy
	KA6_UW4	rozpoznać różne wytwory kultury oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem wybranych metod w celu określenia ich znaczeń i ich oddziaływania społecznego i miejsca w procesach kulturowych
	KA6_UW5	stworzyć i zaprezentować proste opracowania krytyczne oraz wytwory własnej pracy (artystycznej, naukowej) z zastosowaniem właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych (ICT)
	KA6_UW6	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcionować i użytkować informacje z wykorzystaniem technologii multimedialnych
P6S_UK	KA6_UK1	komunikować się z wykorzystaniem poznanej terminologii kulturoznawczej

	KA6_UK2	formułować opinie krytyczne o wytworach kultury na podstawie wiedzy naukowej i własnego doświadczenia w języku polskim i obcym na poziomie B2
	KA6_UK3	komunikować się z osobami wywodzącymi się z różnych środowisk i tradycji kulturowych
	KA6_UK4	przygotowywać wystąpienia ustne, pisemne i prezentacje multimedialne, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych i różnych źródeł
P6S_UO	KA6_UO1	napisać i zredagować tekst kulturoznawczy i umie go wytworzyć pod kierunkiem opiekuna naukowego
	KA6_UO2	przygotować się do dyskusji, sporządzić listę kwestii spornych oraz dyskutować używając terminologii kulturoznawczej w ramach pracy indywidualnej oraz zespołowej
	KA6_UO3	pisać proste rozprawki teoretyczne i krytyczne wykazując się umiejętnością samodzielnego doboru literatury
P6S_UU	KA6_UU1	samodzielnie zdobywać wiedzę i umiejętności badawcze na poziomie podstawowym
	KA6_UU2	czytać i interpretować teksty kultury (pisane, audialne i wizualne, multimedialne)
	KA6_UU3	samodzielnie doskonalić umiejętności tworzenia prostych diagnoz zjawisk kulturowych
Kompetencje społeczne, absolwent jest gotów do:		
P6S_KK	KA6_KK1	wykorzystywania posiadanej przez siebie wiedzy i posiadanych umiejętności, rozumie potrzebę ustawicznego doskonalenia się i rozwoju zawodowego
	KA6_KK2	twórczej analizy nowych sytuacji i związanych z nimi problemów poznawczych i praktycznych oraz do formułowania propozycji ich rozwiązania lub zasięgnięcia opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem
	KA6_KO3	podjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy
P6S_KO	KA6_KO1	przyjmowania nowych idei i poglądów w celu inicjowania działań na rzecz interesu publicznego
	KA6_KO2	organizowania pracy własnej i pracy zespołowej, ma kompetencje do pracy w zespole na rzecz środowiska społecznego oraz działania w sposób przedsiębiorczy
	KA6_KO3	podjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy
P6S_KR	KA6_KR1	postępowania zgodnie z etyką badacza kultury w realizowanej przez siebie pracy zawodowej
	KA6_KR2	przestrzegania zasad etycznych związanych z odpowiedzialnością za przekazywaną różnymi kanałami i w różnych formach wiedzę
	KA6_KR3	przestrzegania zasad etycznych związanych z odpowiedzialnością za podejmowane działania o charakterze tworzenia, upowszechniania i oceny wytworów i tekstów kultury

Część III. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się.

Treści programowe zajęć lub grup zajęć.

Symbole efektów uczenia się:

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć:

GRUPA ZAJĘĆ_1: Przedmioty kształcenia ogólnego:

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WG1, KA6_WG3, KA6_WK1, KA6_WK4, KA6_UW1, KA6_UU1, KA6_UK2, KA6_UK4, KA6_UO2, KA6_UW5, KA6_UK4, KA6_UW6, KA6_KK1, KA6_KK3, KA6_KO2, KA6_KR2, KA6_R3

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się przypisanych do zajęć lub grup zajęć:

(Język obcy cz. I) – lektorat

Lektorat j. angielskiego – przygotowanie do posługiwania się językiem angielskim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza przygotowanie do wystąpień ustnych, w tym prezentacji multimedialnych. Kultura państw obszaru anglojęzycznego (studia, język a kultura, problemy kultury popularnej, instytucje kultury, muzyka, teatr). Ubieganie się o pracę: sytuacja na rynku pracy, rozmowa kwalifikacyjna, trendy i perspektywy dla kierunku kulturoznawstwo.

Lektorat j. rosyjskiego – przygotowanie do posługiwania się językiem rosyjskim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza przygotowanie do wystąpień ustnych, w tym prezentacji multimedialnych. Kultura państw danego obszaru językowego (studia, moda, gust estetyczny, kultura popularna, instytucje kultury, miasto jako centrum kultury, zabytkowe miasta). Ubieganie się o pracę: animator kultury / etnograf - CV, list motywacyjny, rozmowa kwalifikacyjna.

Lektorat j. niemieckiego – przygotowanie do posługiwania się językiem niemieckim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza przygotowanie do wystąpień ustnych, w tym prezentacji multimedialnych. Kultura państw obszaru niemieckojęzycznego (studia, moda, gust estetyczny, kultura popularna, instytucje kultury, miasto jako centrum kultury, zabytkowe miasta). Ubieganie się o pracę: CV, list motywacyjny i rozmowa kwalifikacyjna.

(Język obcy cz. II), lektorat:

Lektorat j. angielskiego – przygotowanie do posługiwania się językiem angielskim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza ćwiczenia w zakresie formułowania opinii o wytworach kultury, przygotowanie do wystąpień ustnych. Komunikacja międzykulturowa. Wybrana podstawowa terminologia. Kultura państw obszaru anglojęzycznego (telewizja, film, nowe media, reklama i public relations). Samodzielne rozwijanie umiejętności w zakresie języka obcego przez całe życie.

Lektorat j. rosyjskiego – przygotowanie do posługiwania się językiem rosyjskim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza ćwiczenia w zakresie formułowania opinii o wytworach kultury i przygotowanie do wystąpień ustnych. Komunikacja międzykulturowa. Wybrana podstawowa terminologia. Kultura państw

danego obszaru językowego (znane muzea, sztuka ludowa –tradycyjna i współczesna, podróże po Rosji i Północnym Kaukazie, „dusza rosyjska”, tradycje świąt). Samodzielne rozwijanie umiejętności w zakresie j. obcego przez całe życie.

Lektorat j. niemieckiego – przygotowanie do posługiwania się językiem niemieckim w kontaktach ze specjalistami jak również w komunikacji z osobami spoza grona specjalistów, zwłaszcza ćwiczenia w zakresie formułowania opinii o wytworach kultury i przygotowanie do wystąpień ustnych. Komunikacja międzykulturowa. Wybrana podstawowa terminologia. Kultura państw obszaru niemieckojęzycznego (znane muzea, Bauhaus, podróże po Niemczech, Austrii i Szwajcarii, Bildungsbürgertum, tradycje świąt). Samodzielne rozwijanie umiejętności w zakresie j. obcego przez całe życie.

(Technologia informacyjna), laboratorium:

Podstawy technologii informacyjnej oraz użytkowanie komputera

Doskonalenie umiejętności wyszukiwania informacji

Edytory tekstu – Microsoft Word:

a) tworzenie oraz redagowanie dokumentów – formatowanie tekstu (operacje na czcionkach i akapitach; ustawianie marginesów, akapity, punktowane i numerowane; nagłówki i stopka; tabulatory, skróty klawiaturowe)

b) stosowanie przypisów; recenzowanie i komentarze;

c) spisy treści (możliwości i zastosowanie w praktyce, tworzenie i modyfikacja spisów treści, aktualizacja spisów treści);

d) wstawianie plików do dokumentu (wstawianie grafiki do dokumentu Word oraz jej formatowanie);

e) standardy techniczne prac licencyjnych.

Grafika prezentacyjna - Microsoft Power Point, m.in.

a) zasady tworzenia prezentacji multimedialnej i wykonywanie własnej prezentacji,

b) wzorce (slajdu, konspektu, materiałów, stron notatek)

c) slajdy tekstowe (wprowadzanie tekstu, dodawanie obszarów tekstowych, działania na polach tekstowych, formatowanie tekstu w obszarach tekstowych)

d) slajdy z tabelami - zaznaczanie elementów tabeli, formatowanie tabeli

e) slajdy zawierające wykresy (podstawowe wiadomości o wykresach, wprowadzanie danych, wybór rodzaju wykresu, formatowanie wykresów)

f) obiekty graficzne w prezentacji (galeria ClipArt, obiekty graficzne WordArt)

g) animacje i dźwięki w prezentacji, wykorzystanie efektów specjalnych

Arkusze kalkulacyjny - Microsoft Excel:

a) wprowadzanie formuł, kopiowanie, formatowanie, wykresy podstawy, drukowanie, adresy względne i bezwzględne, znajdź /zamień, formatowanie warunkowe, funkcje podstawy, filtr, blokowanie okienek / podział okienek, tryb zgodności,

b) tabela, operacje na wielu arkuszach, często używane wzory, skróty klawiszowe, śledzenie odwołań, raporty, formularze,

c) tworzenie arkusza zbiorczego i powiązanie arkuszy ze sobą w jednym zeszycie,

d) tworzenie i formatowanie wykresów na podstawie wskazanego arkusza

Edycja grafiki – GIMP:

a) rysowanie,

b) obróbka zdjęć,

c) operacje na plikach.

Edycja dźwięku – Audacity:

a) nagrywanie dźwięku,

b) obróbka dźwięku, dodawanie efektów

(Wychowanie fizyczne/zajęcia alternatywne), ćwiczenia:

- gry i zabawy ruchowe, podstawowe elementy techniczne gry w piłkę siatkową, w koszykówkę, w piłkę nożną, małe gry, gra szkolna w koszykówkę, w piłkę siatkową, piłkę nożną, w unihokeja,
- elementy techniczne w badmintonie + gra szkolna. Ćwiczenia rozciągające / stretching/. Ćwiczenia ogólnorozwojowe kształtujące podstawowe cechy motoryczne. Nauka i ćwiczenia na przyrządach kształtujących siłę, na przyrządach aerobowych. Trening siłowy na atlasie wielofunkcyjnym, ćwiczenia siłowe z hankielkami. Podstawowe formy z rytmiki – proste układy taneczne. Aerobic. CrossFit& Fitness. Elementy techniczne gry w tenisa stołowego + gra szkolna,

(Ochrona własności intelektualnej), ćwiczenia:

- własność intelektualna. Prawo autorskie i prawa pokrewne. Własność przemysłowa.

GRUPA ZAJĘĆ 2: Przedmioty humanistyczne i społeczne.

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WG1, KA6_WG2, KA6_WG3, KA6_WG4, KA6_WK1, KA6_WK3, KA6_UW1, KA6_UW2, KA6_UW3, KA6_UW4, KA6_UW6, KA6_UK1, KA6_UK3, KA6_UK4, KA6_UO2, KA6_UO3, KA6_UU1, KA6_UU2, KA6_UU3
KA6_KK1, KA6_KK3, KA6_KO1, KA6_KO3, KA6_KR2

(Wstęp do filozofii), wykład:

- ukazanie dziedzictwa europejskiego intelektualizmu na tle osiągnięć innych kręgów kulturowych,
- europejska (później zachodnia) tradycja krytycyzmu, odwołująca się do ujęć racjonalistycznych, oraz przenikanie krytycyzmu do sfery religijnej i innych sfer kultury,
- motywy filozoficzne i naukowe, dla których filozofia zawsze była inspirującym źródłem rozwoju,
- ogólne sposoby interpretacji i analizy kwestii uchodzących za oczywiste,
- celem przedmiotu jest zatem wykształcenie u studentów postawy swoistej nieufności intelektualnej, na której wspiera się tradycja Zachodu.

(Wybrane zagadnienia z historii filozofii), konwersatorium:

- problematyka różnorodnych metod myślenia, stosowanych w ramach interpretacji świata, zarówno wobec zagadnień ogólnych, jak i szczegółowych, przyrodniczych i społecznych,
- historyczne dokonania myśli filozoficznej,
- wiedza dotycząca filozoficznej spuścizny kultury zachodniej,
- ukazanie powiązań filozofii z innymi dziedzinami kultury: nauki, religii, polityki.

(Antropologiczne podstawy kulturoznawstwa), wykład, ćwiczenia:

- wiedza na temat szkół badawczych klasycznej antropologii kultury, takich jak: ewolucjonizm, funkcjonalizm, antropologia psychologiczna - amerykańska orientacja kultury i osobowości, strukturalizm, psychoanaliza,
- problemy istotne dla zrozumienia miejsca człowieka w kulturze, takie jak: rozumienie pojęcia kultura, problem natura a kultura, kultura a cywilizacja, wzór kultury, relacja jednostka a kultura, problem internalizacji kultury, mit w kulturze, kulturowe modele czasu i przestrzeni, rola ciała w kulturze,
- modele kultury rycerskiej, szlacheckiej, mieszczańskiej i masowej.

(Mitologie europejskie), ćwiczenia:

- teoria mitu. Mit a religia,
- mity w kulturze europejskiej: ujęcie historyczne.

- mit i sacrum: chrześcijaństwo wobec mitycznego spadku kultur dawnych,
- mit, władza, historia,
- świadomość historyczna a świadomość mityczna. Manipulacje mitem,
- mit i sztuka. Sposoby wykorzystania mitu w dziele literackim, plastycznym, muzycznym i filmowym,
- mitologiczne inspiracje w popkulturze

(Socjologia kultury), ćwiczenia:

- socjologia i socjologia kultury jako dyscypliny nauki,
- proces nabywania kultury,
- społeczno-kulturowe kształtowanie osobowości i tożsamości,
- relatywizm kulturowy – etnocentryzm – postkolonializm,
- płeć społeczno-kulturowa (gender),
- przemoc symboliczna,
- władza i jej przejawy w relacjach społecznych,
- analiza relacji władzy i przemocy symbolicznej,
- socjalizacja płciowa: różne ujęcia teoretyczne,
- ciało jako konstrukt społeczno-kulturowy,
- przemiany rodziny w kulturze Zachodu i alternatywne modele rodziny,
- konsumpcjonizm i społeczeństwo konsumpcyjne,
- socjologia kultury materialnej.

(Semiotyka kultury), konwersatorium:

- pojęciowe instrumentarium do interpretowania zjawisk i dzieł kultur,
- symboliczne i znaczeniowe treści tego, co składa się na uniwersum kultury. Założeniem przedmiotu jest teza, że kultura stanowi wielki system komunikacji międzyludzkiej, a znajomość tak zwanych kodów kulturowych jest warunkiem pełnoprawnego, bo świadomego, uczestnictwa we wszelkich interakcjach społecznych. Zatem celem przedmiotu staje się ukazanie semiotyki jako istotnego narzędzia do interpretacji kultury, ze wszelkimi jej zróżnicowaniami. Wiedza o tym jest warunkiem pełnej egzystencji ludzkiej.

(Kultura krajów sąsiednich), wykład:

- charakterystyka wybranych najważniejszych osiągnięć kulturowych sąsiadów: rosyjskich, białoruskich, litewskich, niemieckich, czeskich, słowackich i ukraińskich od czasów najdawniejszych po najnowsze w kulturowym kontekście, związków z literaturą, teatrem, filmem, muzyką i malarstwem.

(Historia sztuki), wykład, ćwiczenia:

- wybrane problemy sztuki europejskiej poczynając od starożytności, przez wieki średnie, skończywszy na epoce nowożytnej. Wśród omawianych problemów są między innymi takie, jak narracyjny charakter świątyń, "migracja" motywów ikonograficznych, traktowanie sztuki jako wyrazu myślenia religijnego, technicznego, jako narzędzia prezentacji władzy, problem "obrazów ramowych" wg. koncepcji Jana Białostockiego,
- różne zjawiska związane ze sztuką stanowiącą wytwór kultury nowoczesnej. Wśród nich omawiane są: malarstwo akademickie XIX wieku, realizm i impresjonizm, sztuka awangardowa I połowy XX wieku, sztuka XX wieku sytuująca się w ramach tradycji (art deco, nowoczesny klasycyzm lat 30'), wybrane przykłady sztuki neoawangardowej.

(Historia kultury), wykład, ćwiczenia:

- zagadnienia dotyczące uwarunkowań politycznych, ekonomicznych i społeczno – demograficznych kształtowania się kultury europejskiej, a więc jej korzeni antycznych, chrześcijańskich, barbarzyńskich oraz wpływów kultur innych cywilizacji,
- uniwersalizm kultury europejskiej w czasach średniowiecza oraz próby integracji politycznej i kulturalnej na przestrzeni dziejów (np. imperium rzymskie, karolińskie itp. oraz system edukacji w średniowieczu) wraz z czynnikami, które taką integrację uniemożliwiały (kształtowanie się nowożytnej tożsamości narodowej i nowożytnych państw narodowych),
- ustroje państw nowożytnej Europy (absolutyzm, system arystokratyczny i demokratyczny), przemiany społeczno - gospodarcze i demograficzne w średniowieczu i u progu nowożytności
- rola reformacji (kulturalna, polityczna) i jej wpływ na gospodarkę (teza M. Webera oraz dyskusje nią wywołane).

(Metodologia badań kulturoznawczych), wykład, ćwiczenia:

- perspektywa percepcji świata kulturoznawcy (myślenie holistyczne, perspektywa holistyczna, antropologia kulturowa, biologiczna, archeologiczna, lingwistyczna,
- słownik badacza kultury: jednostki elementarne w badaniu kultury(cechy kulturowe, temat kulturowy, wzór kultury, hipoteza, instytucja, jednostka, społeczeństwo, badacz, osobowość podstawowa, dyfuzja, akulturacja),
- rodzaje badań,
- konstruowanie planu badań,
- formułowanie grup badawczych, triangulacja, wybór zagadnień, konstruowanie pytań,
- analiza danych i przedstawianie wiedzy uzyskanej w badaniu.

(Podstawy komunikacji międzykulturowej), wykład:

- analiza zjawisk społecznych osnutych wokół procesów komunikowania się w sytuacji społecznej wielokulturowości,
- omówienie problematyki procesu komunikowania się interpersonalnego w sytuacji, gdy zaangażowany jest czynnik różnicy kulturowej,
- budowanie świadomości o specyfice potrzebnych kompetencji komunikacyjnych w sytuacji współpracy międzykulturowej,
- kształtowanie postaw otwartych na odmienności kulturowej,
- konstruowanie kanonu wiedzy do kompetentnego podejmowania komunikowania się międzykulturowego.

(Komunikacja kulturowa), wykład, ćwiczenia:

- wiedza na temat współczesnych badań nad komunikowaniem; szkoły badawcze: szkoła empiryczna i szkoła krytyczna, determinizm technologiczny a także czołowi przedstawiciele omawianych ośrodków naukowych zajmujących się komunikacją kulturową,
- mechanizmy i normy towarzyszące procesom komunikowania się między jednostkami i instytucjami społecznymi oraz rola tradycyjnych oraz nowych środków przekazu w kształtowaniu procesu komunikacji kulturowej.

(Kulturowe konteksty historii literatury), ćwiczenia:

- związki literatury i kultury (zarówno elitarnej, jak i masowej),
- historia i teoria kultury oraz historia i recepcja literatury polskiej i powszechnej.
- zmiany kulturowe z przemianami historycznymi i społecznymi (I wojna światowa, zmierzch kultury wielkiego realizmu, psychologizm, feminizm, awangarda, technicyzacja kultury, urbanizacja i uprzemysłowienie, kultura masowa, nowe media – Internet – a literatura)

(Język a kultura), wykład:

- związki między językiem a kulturą w różnych obszarach ludzkiego doświadczenia, takich jak: kategoryzowanie i wartościowanie obiektów; stereotypowe, tj. zgodne ze skryptami kulturowymi, interpretowanie rzeczywistości (językowe obrazy świata),
- spełnianie określonych rytuałów komunikacyjnych i etykietałnych,
- korzystanie z przyjętych w danym środowisku stylów konwersacyjnych,
- tworzenie wspólnot dyskursywnych (subkultur komunikacyjnych) w ramach określonej społeczności językowej i ponad jej granicami.

GRUPA ZAJĘĆ_3: Przedmioty kulturoznawcze:

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WG2, KA6_WG3, KA6_WG4, KA6_WK1, KA6_WK2, KA6_WK3, KA6_WK5
 KA6_UW1, KA6_UW2, KA6_UW3, KA6_UW4, KA6_UW5, KA6_UW6, KA6_UK1,
 KA6_UK2, KA6_UO1, KA6_UO2, KA6_UO3, KA6_UU1, KA6_UU2, KA6_UU3,
 KA6_KK1, KA6_KK2, KA6_KK3, KA6_KO1, KA6_KO2, KA6_KO3, KA6_KR1,
 KA6_KR2

(Teatr i widowiska), ćwiczenia:

- identyfikacja pojęć takich jak teatr, teatralizacja, widowisko, spektakl/rytuał kulturowy, performans. Pierwsza grupa tematów przybliży zjawisko teatru w znaczeniu artystycznym, ale ze wskazaniem na jego rytualną (pozaartystyczną) genezę,
- pojęcie znaku teatralnego, specyfika tworzyw teatralnych, status twórców dzieła teatralnego – aktora i widza,
- wykorzystanie poznanych narzędzi do analizy zjawisk parateatralnych funkcjonujących na pograniczu sztuki i działań społecznych, a także interpretacji i oceny widowiska teatralnego.

(Kultura Podlasia), ćwiczenia:

- Podlasie w granicach historycznych i administracyjnych,
- wielokulturowy charakter Podlasia w perspektywie etnicznej, wyznaniowej, społecznej,
- dziedzictwo kultury materialnej i duchowej regionu.

(Problemy kultury popularnej), ćwiczenia:

- aktualne problemy popkultury wokół których prowadzona jest dyskusja w obszarach antropologii kultury, życia społecznego, działalności artystycznej.

(Życie kulturalne), ćwiczenia

- współczesne życie kulturalne, z jego dynamicznymi przemianami (tendencje, kierunki, zjawiska),
- najważniejsze wydarzenia kulturalne (muzyczne, teatralne, filmowe, plastyczne), zarówno cykliczne, jak i efemeryczne.

(Film w kulturze), ćwiczenia

- podstawowa wiedza na temat związków kina z przemianami cywilizacyjnymi i technologicznymi dokonującymi się w kulturze XX i XXI wieku,
- informacje związane z różnorodnymi formami kina i ich przemianami stylistycznymi związanymi z rozwojem technologii i przemysłu oraz z przemianami kulturowymi, społecznymi i obyczajowymi dokonującymi się w przebiegu XX wieku i współcześnie,
- wiedza o podstawowych artefaktach kina niemego, przełomu dźwiękowego, kina autorskiego i komercyjnego, produkcji współczesnych oraz o ich recepcji społecznej,
- wiedza o genealogii kina oraz przemianach rodzajowych i gatunkowych na przestrzeni kina niemego, dźwiękowego i współczesnego.

(Teoria kultury), ćwiczenia

- podstawowe zagadnienia z zakresu teorii kultury: kultura i kultury, inność, kultura symboliczna, kultura materialna, kulturowa tożsamość „ja”, zmiana kulturowa, tradycja, ewolucja, dyfuzja, akulturacja,
- najważniejsze koncepcje badawcze: kulturalizm, funkcjonalizm, strukturalizm, feminizm, postmodernizm, postkolonializm,
- wybrane zjawiska kultury współczesnej: globalizacja, kultura konsumpcji, płynna nowoczesność, późna nowoczesność.

(Słowo w kulturze), ćwiczenia:

- zjawiska języka - językowego obrazu świata,
- relacje między komunikacją – kontekstem – działaniem,
- kulturowe konsekwencje współbycia w słowie, oralności,
- praktyki kultury oralnej,
- znaczenia nadawania imienia, nazywania i kategoryzowania,
- aspekty słowa świętego, pisma i piśmienności,
- relacje tego co mówione – pisane- drukowane,
- relacje kultur pisma do powstania cywilizacji, druku, kultury druku, dyskursów kultury druku,
- znaczenia słowa kulturze multimedialnej.

(Kultura audiowizualna), ćwiczenia:

- wiedza na temat kształtowania się kultury audiowizualnej o rodowodzie technicznym, a także wybranych jej dzisiejszych aspektów,
- rola fotografii w kształtowaniu się kultury audiowizualnej,
- kino i wyobraźnia - film w kulturze współczesnej,
- telewizja jako kultura,
- seryjność i serializacja w kulturze i w mediach,
- voyeueryzm – kategoria poznawcza kultury audiowizualnej,
- kino i telewizja a zbiorowa wyobraźnia,
- kultura wideo – kultura uczestnictwa,
- kultura konwergencji,
- cyberprzestrzeń i cyberkultura.

(Warsztaty: teatralne, fotograficzne, etnograficzne - do wyboru), laboratorium:

-podstawy merytoryczne do pisania tekstów dziennikarskich, realizowania spektakli teatralnych, fotografowania, filmowania, prowadzenia badań etnograficznych: (opracowanie kwestionariusza pytań na wybrany temat, badania etnograficzne w terenie. Efektem końcowym jest przygotowanie pracy w oparciu o zgromadzoną literaturę przedmiotu i wyniki badań terenowych).

(Teoria kultury współczesnej), konwersatorium:

- twórcze praktyki kulturowe w kulturze uczestnictwa,
- kontrkultura i kapitalizm,
- refleksyjny projekt tożsamości w epoce późnej nowoczesności,
- performatywne wymiary kultury,
- kultura patriarchalna a praktyki dyscyplinarne,
- nowoplemiennność i trybalizm,

- transkulturowość.

(Muzyka w kulturze), ćwiczenia:

- barokowe granie, barokowy śpiew,
- styl koncertujący w muzyce A. Vivaldiego, G.F. Händla,
- Polska kultura muzyczna w XVII w. i pierwszej połowie wieku XVIII,
- techniki kontrapunkcyjne w twórczości J.S. Bacha,
- znaczenie twórczości wczesnohomofonicznej w rozwoju form klasycznych,
- styl homofoniczny w twórczości W.A. Mozarta,
- Polska muzyka w okresie stanisławowskim,
- arcydzieła instrumentalne L. van Beethovena,
- metafizyczne i ludowe konteksty muzyki romantycznej,
- twórczość: F. Schubert, F. Mendelssohn-Bartholdy,
- twórczość Chopina jako kompozytora narodowego i romantycznego,
- legendarni wirtuozi - Niccolò Paganini, Franciszek Liszt,
- impresjonistyczna idiomatyka muzyczna,
- motywy hiszpańskie i orientalne w twórczości Maurice Ravela.

(Problemy organizacji kultury w zjednoczonej Europie), wykład, ćwiczenia:

- polityka kulturalna UE,
- finansowanie kultury w programach i funduszach Unii Europejskiej,
- wielokulturowość Europy,
- rynek a kultura. Ekonomiczny wymiar kultury,
- przemysły kreatywne - współpraca sektora kultury i sektora biznesu.

(Formy animacji kultury), ćwiczenia:

- praktyczne aspekty animacji kultury,
- relacje pomiędzy animacją kultury: community arts, antropologią, edukacją, sztuką, zmianą, społeczeństwem obywatelskim, kulturą czynną, animatorem,
- omawianie poszczególnych projektów animacyjnych w kontekście sztuki, edukacji czy nowych mediów,
- tworzenie przez studentów scenariusza projektu kulturalnego, realizacja, poddanie go ocenie i krytycznym uwagom.

(Diagnostyka potrzeb kulturalnych), ćwiczenia:

- potrzeba kulturalna, uczestnictwo w kulturze, determinanty aktywności kulturalnej,
- nieformalne obiegi kultury a stan potrzeb kulturalnych młodzieży,
- diagnoza w badaniach społecznych i badaniach kultury - organizacja i etapy badań diagnostycznych,
- techniki badań etnograficznych a diagnozowanie stanu potrzeb kulturalnych,
- wywiad fokusowy.

(Metody analizy i interpretacji dzieła: filmowego, plastycznego, teatralnego, literackiego), konwersatorium:

- elementy budowy dzieła sztuki istotne dla jego analizy i interpretacji, a także jego wymowa ideowa i przesłanie (treść, świat przedstawiony, bohaterowie i ich postawy),
- podstawowe metody analityczno-interpretacyjne dzieła (jak: strukturalizm, semiotyka, psychoanaliza, teorie krytyczne, genderowe, fenomenologia, hermeneutyka), konteksty historyczne i społeczno-kulturowe.

(Zarządzanie i marketing w instytucjach kultury), ćwiczenia:

- kultura i marketing – wprowadzenie,
- zjawiska kulturowe w przestrzeni społecznej i gospodarczej. Przemysły kreatywne i kultury,
- polityka kulturalna wobec funkcjonowania instytucji kultury,
- finansowanie instytucji kultury,
- nabywcy na rynku kultury. Procesy zaspokajania potrzeb kulturalnych,
- wybrane zagadnienia z zarządzania instytucją kultury,
- wybrane praktyki zarządzania instytucją kultury,
- public Relations dla instytucji kultury: wprowadzenie do zagadnień PR,
- nowe media jako przestrzeń marketingu instytucji kultury,
- współpraca ze społecznością lokalną w zakresie organizowania i promowania działań kulturalnych,
- zarządzanie domem kultury – studium przypadku.

GRUPA ZAJĘĆ_4: Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WK2, KA6_WK3 , KA6_UW4, KA6_UK2, KA6_UU3 , KA6_KK1, KA6_KR3

(Konwersatoria):

- wybrane problemy z zakresu: antropologii kultury, historii kultury (także w języku angielskim), medioznawstwa, sztuki, komunikacji kulturowej, literaturoznawstwa, religioznawstwa, filozofii kultury.

GRUPA ZAJĘĆ_5: Przedmioty dyplomowe:

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WG1, KA6_UW1, KA6_UW3, KA6_UW4,, KA6_UK1, KA6_UK2, KA6_UK4, KA6_UO1, KA6_UU1, KA6_UU3, KA6_KK1, KA6_KK2, KA6_KO1, KA6_KR2

(Seminarium licencjackie), proseminarium, seminarium:

- zagadnienia badawcze z zakresu zjawisk kulturowych, które złożą się na tematy prac licencjackich,
- przygotowanie zasobu źródłowego oraz stworzenie warsztatu metodologicznego umożliwiającego przeprowadzenie analizy wybranych problemów i przygotowanie prac licencjackich.

GRUPA ZAJĘĆ_6: Praktyki zawodowe:

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WK5, KA6_UW4, KA6_UW5, KA6_UW6, KA6_UK2, KA6_UK3, KA6_KK1, KA6_KK2, KA6_KK3, KA6_KO1, KA6_KO2, KA6_KO3, KA6_KR1, KA6_KR3

Studenci zobowiązani są do zaliczenia w czasie trwania studiów (nie później niż do końca V semestru) **trzech tygodni praktyk.**

Student za zaliczenie praktyk zawodowych otrzymuje 4 pkt ECTS.

Praktyki powinny odbywać się w instytucjach związanych z wybraną specjalnością. Jako praktyki może zostać zaliczona praca w trakcie przygotowywania festiwalu i wystaw, redagowanie czasopism etc.

Możliwe jest także zaliczenie praktyk zawodowych z programu Erasmus+.

GRUPA ZAJĘĆ_7: Zajęcia terenowe:

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WK5, KA6_UW4, KA6_UK1, KA6_UK2, KA6_UK3, KA6_UO2, KA6_UU3, KA6_KK2, KA6_KK3, KA6_KO1, KA6_KO3, KA6_KR1, KA6_KR3

- Studenci są zobowiązani do zaliczenia w czasie trwania studiów 3 objazdów naukowych (nie później niż do końca letniego semestru każdego roku studiów).
- Nad przebiegiem objazdu naukowego, związanego z kulturą i tradycją regionu Podlasia, czuwają wyznaczeni opiekunowie, którzy zaliczają uczestnictwo w zajęciach.
- Objazdy nie podlegają ocenie, ale są premiowane w każdym roku 1 pkt. ECTS, są też warunkiem koniecznym do zaliczenia studiów.

(Objazd naukowy 1), zajęcia terenowe:

- „Na szlaku wielu kultur” - kultura tatarska, żydowska, prawosławie, katolicyzm
- meczet, mizar, Tatarska Jurta w Kruszynianach,
 - cmentarz i synagoga w Krynkach,
 - cerkiew w Sokółce, monastyr w Supraślu
 - Kościół św. Antoniego w Sokółce

(Objazd naukowy 2), zajęcia terenowe:

- „Na szlaku wielu kultur” - kultura tatarska, żydowska, prawosławie, katolicyzm
- synagoga w Orli
 - św. Góra Grabarka
 - stanowiska archeologiczne (Haćki)
 - muzea „małych ojczyzn” (Ryboły, Studziwody)
 - Kraina Otwartych Okiennic

(Objazd naukowy 3), zajęcia terenowe:

- „Na szlaku wielu kultur” - kultura żydowska, litewska, katolicyzm
- plenery filmowe
 - ośrodek „Pogranicze” w Sejnach
 - synagoga w Sejnach
 - Dwór Miłosza w Krasnogrudzie

GRUPA ZAJĘĆ_8a: Przedmioty specjalizacyjne- media i komunikowanie:

Symbole efektów uczenia się: KA6_WG1, KA6_WG2, KA6_WG3, KA6_WG4, KA6_WK1, KA6_WK2, KA6_WK3, KA6_WK4, KA6_WK5, KA6_UW1, KA6_UW2, KA6_UW4, KA6_UW5, KA6_UW6, KA6_UK1, KA6_UK2, KA6_UK3, KA6_UK4, KA6_UO1, KA6_UO2, KA6_UO3, KA6_UU1, KA6_UU2, KA6_UU3, KA6_KK1, KA6_KK2, KA6_KK3, KA6_KO1, KA6_KO2, KA6_KO3, KA6_KR1, KA6_KR2

(Podstawy antropologii mediów), wykład, ćwiczenia:

- wpływ mass mediów na życie społeczne i kulturę,
- młodzież w świecie nowych i najnowszych mediów,
- stare i nowe media w domu i życiu współczesnej rodziny,
- ideologiczny wymiar mediów i feministyczna krytyka mediów,
- płęć jako dyskurs – stereotypy płci versus nowe wizerunki kobiet i mężczyzn w mediach,
- tabu w mediach,
- marksistowskie i neomarksistowskie ujęcie mediów,
- determinizm technologiczny w ujęciu Marshalla McLuhana,
- „Odkrycie” odbiorcy mediów,
- agonía realności w ujęciu Jeana Baudrillarda,
- strukturalne i semiotyczne ujęcia przekazów medialnych,
- dyskurs jako przedmiot i metoda badań,
- seksualizacja i ciałowocentryczność przekazów medialnych,
- różne praktyki użytkowania mediów i przypisywania im znaczeń.

(Język w mediach), ćwiczenia:

- odmiany współczesnego języka polskiego - klasyfikacje. Podstawowe pojęcia językoznawcze: system – norma – uzus – komunikacja (mówienie). Poradniki i słowniki poprawnościowe,

- postawy użytkowników współczesnej polszczyzny wobec języka. Typy błędów językowych popełnianych w mediach. Kryteria oceny innowacji językowych. Wybrane problemy poprawności fonetycznej wypowiedzi medialnych. Zasady poprawnego akcentowania według normy wzorcowej. Najważniejsze zasady poprawnej realizacji głosek polskich. Wymowa wzorcowa a wymowa potoczna,
- agresja w języku i kulturze,
- język polityki - od nowomowy po współczesny "język polityków". Inwektywa polityczna,
- kultura tabloidów a język. Wybrane problemy poprawnościowe w zakresie fleksji rzeczowników, przymiotników, zaimków, czasowników (na przykładzie wybranych audycji telewizyjnych). Kłopoty z odmianą rodzimych i obcych imion, nazwisk, nazw geograficznych w telewizyjnych kanałach informacyjnych,
- Internet jako nowe medium. Typy komunikacji językowej w wirtualnej przestrzeni. Ortografia a Internet. Niedostatki elektronicznego korektora pisowni,
- zjawisko manipulacji językowej (na wybranych przykładach). Fenomen reklamy.

(Laboratorium kultury cyfrowej), laboratorium:

Teoretyczne i praktyczne konteksty nowych mediów cyfrowych i ich użytkowników tworzących kulturę cyfrową:

- zasady cyfrowej reprezentacji świata,
- cechy komunikacji cyfrowej, baza danych i hipertekst jako nowe struktury organizacji treści,
- ewolucja sieci, cyberprzestrzeń i cyberkultura,
- nowe interfejsy, rzeczywistość rozszerzona (AR i rzeczywistość wirtualna (VR), internet rzeczy (IOT),
- edukacja cyfrowa, podstawy e-learningu, narzędzia tworzenia cyfrowych treści edukacyjnych, warsztat narzędzi e-learningowych
- obraz, dźwięk i tekst w transformacjach cyfrowych; algorytmizacja, wariacyjność, remiks. warsztat twórczości cyfrowej,
- twórczość online - wybrane przykłady i cyfrowe narzędzia twórcze, warsztat twórczości online,
- społeczności wirtualne, media społecznościowe i media mobilne,
- cyfryzacja, idee wolnej kultury i otwartych zasobów.
- nowe media cyfrowe a działania w sferze kultury, sztuki i edukacji,
- trendy rozwoju kultury cyfrowej.

Warsztaty dziennikarskie (prasowe, radiowe, telewizyjne, filmowe, internetowe), laboratorium, warsztat:

- zapoznanie studentów z praktycznymi aspektami pracy takich zawodów jak: dziennikarz, etnograf, fotograf, reżyser teatralny, reżyser filmowy. Efektem końcowym jest przygotowanie pracy/projektu w oparciu o zgromadzoną literaturę przedmiotu, wyniki badań terenowych oraz ćwiczenia praktyczne.

(Telewizja w kulturze), wykład, ćwiczenia:

- telewizja – medium kultury XX wieku; Rola telewizji w kształtowaniu tożsamości zbiorowej i reprodukcji kultury,
- telewizja źródłem informacji i rozrywki; Rola telewizji w życiu codziennym, - Telewizja – „paraspołeczny przyjaciel”; Kultura fanów w kontekście przekazów telewizyjnych,
- telewizyjne przyjemności; Telewizja jakościowa, Telewizja na początku XXI wieku oraz nowe sposoby obcowania z telewizją,
- teleinterwencjonizm i teleporadnictwo, Terapeutyczne i autoterapeutyczne funkcje programów reality show i talent show.

(Analiza przekazów audiowizualnych), konwersatorium:

- strukturalna analiza przekazów audiowizualnych,
- semiotyczna analiza przekazów audiowizualnych,
- brytyjskie studia kulturowe,
- feministyczna analiza przekazów audiowizualnych,
- ideologiczna analiza przekazów audiowizualnych,
- ilościowa i jakościowa analiza zawartości,
- analiza dyskursu i krytyczna analiza dyskursu oraz możliwość ich zastosowania w badaniach przekazów audiowizualnych,
- analiza filmów fabularnych i seriali telewizyjnych,
- analiza filmów dokumentalnych,
- analiza telewizyjnych magazynów informacyjnych,
- analiza reklam telewizyjnych,
- analiza teledysków.

(Zachowania komunikacyjne), laboratorium:

- teoria analizy transakcyjnej wg Erica Berne'a,
- definicje komunikacji, konfliktu, problemu,
- umiejętności podstawowe służące skutecznej komunikacji,
- język ciała, zależności przestrzenne,
- pełna komunikacja (połączenie wszystkich rodzajów ekspresji) a komunikaty skrzyżowane, - zasady skutecznej ekspresji,
- taktyki raniące rozmówcę – świadomość intencji,
- ukryte programy i ich funkcje,
- precyzowanie wypowiedzi, precyzowanie zniekształceń w modelu,
- trzy podstawowe style komunikacji,
- trening asertywności (błędne założenia i twoje prawa),
- szczególne strategie asertywne,
- uczciwa kłótnia – rozpoznawanie stylów, zasady.

(Komunikacja medialna), wykład, ćwiczenia:

- wpływ technologii na kulturę, utopia i dystopia a postawy wobec technologii,
- media a komunikacja – przegląd teorii
- komunikacja interpersonalna, masowa i postmasowa, modele komunikacji w przekazach masowych
- stare i nowe media, język nowych mediów
- media a gatunki, hybrydyzacja i zanik gatunków w nowych mediach
- nowe media – definicje, klasyfikacje, teorie, wpływ nowych mediów na odbiorców
- cyberkultura, cyberprzestrzeń, rzeczywistość wirtualna
- remiks jako kategoria badawcza
- autobiografizm w sieci, autobiografia jako baza danych, autobiografizm w mediach społecznościowych
- relacja pomiędzy tradycyjnymi a nowymi mediami: od rywalizacji po symbiozę (przekaz masowy; widowia, konwergencja, nowe media 1-2-3.0; remediacja)
- amator jako twórca kultury (syndrom „copypastów” – kultura kopii, dekontekstualizacja, newsy w sieci, profesjonalista/amator, dziennikarstwo obywatelskie)
- sieci - nowa epistemologia (wymiary usieciowienia, kultura cyfrowa, dobra wspólne, neoinstytucjonalizm, wirtualna wspólnota).
- media – polityka – sieć (widoczność medialna, widowisko i marketing polityczny, skandal, informacjonizm).

- media i kultura przemocy (wiadomości kryminalne, panika moralna, pornografia śmierci, banalizacja zła, agenda setting).
- media alternatywno-diasporyczne (partycypacja online, diaspory medialne, e-mobilizacja, korzenie mediów alternatywnych).

(Komunikacja międzykulturowa), wykład, ćwiczenia:

- poznanie społeczne: jak spostrzegamy jednostki, relacje i wydarzenia społeczne,
- poszerzanie wiedzy o sobie - prezentacja JA. Samoświadomość i świadomość obecności innych. Rozwój umiejętności samoobserwacji. Kontakt międzygrupowy, relacje międzygrupowe i międzykulturowe,
- kompetencje międzykulturowe. Komunikowanie się między kulturami. Komunikowanie się z obcymi. Tożsamość kulturowa jednostki jako czynnik różnicujący kompetencje do komunikacji międzykulturowej,
- komunikacja międzykulturowa jako proces dzielenia się znaczeniem poprzez znaki - tradycja semiotyczna,
- istota i cele komunikacji międzykulturowej,
- kompetencje do komunikacji międzykulturowej,
- wiedza o odmienności kulturowej i postawy wobec odmienności kulturowej jako element kompetencji do komunikacji międzykulturowej,
- przestrzeń religijna w komunikacji międzykulturowej (komunikacja jednostek wewnątrz grupy i między grupami),
- przestrzeń etniczno-narodowa w komunikacji międzykulturowej.

(Reklama i public relations), wykład, ćwiczenia:

- istota reklamy i public relations jako narzędzi marketing mix. Elementy składowe marketing mix i promotion mix. Reklama i PR w powiązaniu z innymi elementami promotion-mix,
- historia i cele reklamy,
- geneza reklamy i public relations,
- ogólne cele i zadania public relations. Cele PR w stosunku do poszczególnych grup docelowych,
- reklama jako sposób wsparcia wprowadzenia nowych produktów na rynek. Zróżnicowane metody emocjonalnego oddziaływania reklamowego. Koncepcja tworzenia akcji reklamowej. Sekwencja działań reklamowych według metody AIDA. Analizy potrzeb i oczekiwań nabywców związanych z podjęciem akcji reklamowej,
- reklama a public relations – podobieństwa i różnice. Metody analizy efektywności działań w zakresie PR i reklamy,
- główne formy i techniki public relations. Etapy opracowania programu PR. Współpraca ze środkami masowego przekazu i tworzenie komunikatu PR. Różnice interesów między firmą (organizacją) a mediami w odniesieniu do PR. Błędy PR w relacji z mediami. Metody właściwego traktowania mediów przez przedstawicieli PR. Działania PR w sytuacji kryzysowej. PR przy wykorzystaniu mediów społecznościowych w Internecie.

(Sztuka nowych mediów), wykład:

- początki wykorzystania mediów w sztuce – od obrazu fotograficznego jako pierwszego obrazu technicznego
- wpływy awangardy i kina początków XX wieku na sztukę nowych mediów
- eksperymenty artystyczne w kinie i ich wpływ na sztukę nowych mediów
- sztuka wideo i jej twórcy,
- media sieciowe i cechy twórczości artystycznej z wykorzystaniem sieci i narzędzi cyfrowych.
- sztuka cyfrowa - artyści i dzieła sztuki cyfrowej
- współczesna sztuka interaktywna

- sztuka wirtualnej rzeczywistości
- przeszłość i przyszłość sztuki sieci - od net artu do współczesnej sztuki autobiograficznej.

(Praktyczna stylistyka języka polskiego), ćwiczenia:

- ogólna charakterystyka stylów funkcjonalnych współczesnej polszczyzny: styl naukowy i jego gatunki; Styl urzędowy i jego gatunki. Styl retoryczny - definicja terminu i historia pojęcia,
- język i gatunki wypowiedzi dziennikarskiej. Styl dziennikarsko-publicystyczny, Formułowanie i prezentacja wypowiedzi o charakterze informacyjnym,
- cechy stylu reklamowego oraz struktura wypowiedzi reklamowej. Tworzenie i prezentacja tekstów reklamowych,
- realizacja. Indywidualizacja. Stylizacja językowa. Intertekstualność.

GRUPA ZAJĘĆ_8b: Przedmioty specjalizacyjne - reklama i public relations

Symbole efektów uczenia się:

KA6_WG1, KA6_WG2, KA6_WG3, KA6_WG4, KA6_WK1, KA6_WK2, KA6_WK3, KA6_WK4, KA6_WK5, KA6_UW1, KA6_UW2, KA6_UW3, KA6_UW4, KA6_UW5, KA6_UW6, KA6_UK1, KA6_UK2, KA6_UK3, KA6_UK4, KA6_UO1, KA6_UO2, KA6_UO3, KA6_UU1, KA6_UU2, KA6_UU3, KA6_KK1, KA6_KK2, KA6_KK3, KA6_KO2, KA6_KO3, KA6_KR1, KA6_KR3

(Teoria i historia reklamy), wykład:

- reklama jako narzędzie różnicowania masowo wytwarzanych produktów, jako narzędzie różnicowania konsumentów,
- sposoby klasyfikacji reklam i ich odbiorców,
- reklama jako narzędzie marketingu (pojęcie marketing mix i promotional mix) - marketingowa rola reklamy jako narzędzia kreowania "wartości dodanych" i budowania wizerunku marki,
- kulturowa rola reklamy: jako specyficznie pojmowana „antropologia kulturowa” (ujęcie M. P. Davidsona),
- przedstawiane w ujęciu historycznym kolejne strategie stosowane w reklamie (m.in. "rewolucja" Alberta Laskera na początku XX wieku, strategia prezentacji towarów jako symboli, strategia kreowania wizerunku marki i "wizerunku własnego" wg. Davida Ogilvy'ego, "rewolucja kreatywna" lat 50', strategie promowania masowo wytwarzanych obiektów jako atrybutów stylu życia, strategie retro marketingu).

(Podstawy marketingu), wykład:

- podstawowe informacje o marketingu. Marketing jako filozofia działania firmy, jako funkcja przedsiębiorstwa, jako dyscyplina naukowa,
- klient w marketingu (rodzaje klientów, model zachowania klienta na rynku). Segmentacja klientów,
- otoczenie konkurencyjne firmy i jego wpływ na działania marketingowe,
- elementy marketingu- mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).

(Komunikowanie wizualne w reklamie i p.r.), konwersatorium:

- podstawowe zasady obowiązujące w komunikacji wizualnej w reklamie i PR,

- problemy liternictwa,
- znak graficzny jako narzędzie komunikacji,
- układ komunikatu wizualnego (*layout*). Typy reklamowych *layouts*,
- psychologiczne aspekty percepcji form – forma a ciało, kulturowe znaczenia form, komunikacja podprogowa,
- realizm obrazowania w reklamie i PR. Rola fotografii,
- problem autoidentyfikacji odbiorcy. Aparycja jako temat komunikatu, „mowa ciała”.

(Antropologia kultury w badaniach marketingowych), wykład:

- najważniejsze teorie i pojęcia,
- kategoria kobiecości i role kobiece w reklamie,
- kategoria męskości i role męskie w reklamie,
- ciało męskie w reklamie,
- ciało kobiece w reklamie,
- nienormatywne tożsamości seksualne i płciowe w reklamie,
- mit, religia i subkultury w reklamie.

(Teoria i historia public relations), wykład:

- pojęcie PR – definicje, usytuowanie w procedurach marketingowych,
- historia PR. od „prehistorii” PR – Sztuka i retoryka w starożytnym Rzymie,
- historia PR – XX w. Narodziny nowoczesnego public relations,
- historia PR – propaganda w Rosji w okresie rewolucji, propaganda w Trzeciej Rzeszy, Stany Zjednoczone i cud telewizji. 1952,
- historia PR – Powtórka historii. 1995 r. Debata między Lechem Wałęsą a Aleksandrem Kwaśniewskim,
- teoria PR – Zasady organizacji działań public relations, tworzenie programu public relations, tożsamość firmy/institucji/organizacji, media relations, wydawnictwa firmowe; imprezy firmowe, sponsoring, lobbying i działania w sytuacji kryzysowej. e-PR czyli public relations w Internecie.

(Muzyka w reklamie), wykład:

- psychologiczne aspekty odbioru muzyki i estetyki muzycznej,
- typy ludzkie ze względu na odbiór muzyki,
- percepcja w sztuce audiowizualnej,
- warunkowanie klasyczne i inne techniki wywierania wpływu przez muzykę na zachowania konsumentów,
- funkcje muzyki, potrzeby wobec muzyki, korelacje indeksu preferencji ulubionej muzyki z funkcjami jej słuchania,
- muzyka a zachowania konsumentów, muzyka jako część środowiska percepcyjnego w reklamie i marketingu,
- czynniki środowiskowe, reakcje niewerbalne i doświadczenie zakupów,
- muzyka jako składnik marketingu sensorycznego,
- audiomarketing,
- muzyka środowiska – tapeta dźwiękowa – muzak,
- muzyka jako otoczenie, muzyka w chmurze (cloud computing).
- tożsamość dźwiękowa marki, sound branding i audiologo.

- muzyka w reklamie a prawa autorskie, muzyka bez opłat - Royalty Free (RF), banki muzyki reklamowej (stocks).
- brief reklamowy a przygotowanie muzyki na potrzeby reklamy.

(Socjologia w badaniach marketingowych), wykład:

- struktura i proces wymiany rynkowej,
- typy dóbr i rynków. Typy dóbr i funkcjonalna charakterystyka rynków „częstkowych”,
- preferencje i funkcje użyteczności. Pojęcie „użyteczności”; proste modele „charakterów” i stylów reagowania konsumentów,
- wiedza i zaufanie w decyzjach rynkowych,
- komunikacja rynkowa. Informacja a perswazja w przekazach reklamowych,
- psychologia w badaniach marketingowych.

Psychologia w badaniach marketingowych, wykład:

- rodzaje badań, szczegółowe omówienie kwestii metodologicznych (badania ilościowe i jakościowe),
- psychologiczne aspekty badań marketingowych,

(Praktyczna stylistyka języka polskiego), ćwiczenia:

- style funkcjonalne współczesnej polszczyzny,
- manipulacja językowa na wybranych przykładach,
- etyczne i estetyczne kategorie oceny stylu wypowiedzi,
- język potoczny – centrum systemu stylowego języka,
- stylistyczna wartość środków językowych,
- gatunki praktyczno-użytkowe.

(Media w Polsce), laboratorium:

- system medialny,
- modele systemów medialnych,
- media w Polsce przed 1989 rokiem,
- uwarunkowania i konsekwencje transformacji mediów w Polsce po 1989 roku: prasa, radio, telewizja, nowe media,
- regionalne i lokalne środki przekazu,
- komercjalizacja i tabloidyfikacja mediów,
- koncerny medialne jako przykład koncentracji kapitału,
- regulacje prawne w zakresie mediów w Polsce i rola Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji,
- ideologiczne aspekty funkcjonowania mediów oraz ideologie w przekazach medialnych,
- badania dotyczące mediów, obcowania z mediami i recepcji przekazów medialnych.

(Seminarium warsztatowe - public relations), laboratorium:

- organizacja działalności w zakresie public relations,
- tworzenie programu public relations,
- kompozycja przekazu PR adresowanego do określonych grup docelowych,
- tożsamość a wizerunek firmy/ instytucji, system identyfikacji wizualnej,
- współpraca ze środkami masowego przekazu,
- organizacja imprez i wydarzeń firmowych,
- zachowania w zakresie public relations w sytuacjach kryzysowych.

(Seminarium warsztatowe – reklama), laboratorium:

- część teoretyczna: Omówienie metod pracy zespołów kreatywnych i projektantów w obszarze sztuk wizualnych i reklamy. Przykłady inspiracji naturą i lokalnym otoczeniem kulturowym w procesach projektowych różnych twórców. Humor w reklamie,
- część badawcza (praca w grupie): Produkt – właściwości, statystyki, obecność na rynku, w kulturze i w świadomości konsumenta (wywiady),
- część projektowa: Indywidualna analiza wybranego filmu reklamowego – storyboard. Praca zespołowa – scenariusz i realizacja filmu reklamowego (projekt semestralny).

(Metody autoprezentacji), konwersatorium:

- retoryka jako jedna z technik komunikacyjnych w różnych formach PR,
- umiejętności konstruowania i rozumienia różnych komunikatów perswazyjnych.

(Prawo prasowe i autorskie), wykład:

- geneza prawa autorskiego,
- przedmiot ochrony prawa autorskiego,
- podmiot prawa autorskiego,
- autorskie prawa osobiste i majątkowe, ochrona dóbr osobistych, wizerunku, korespondencji,
- dozwolony użytek własny, prawo cytatu, plagiat,
- odpowiedzialność prawna,
- prawo autorskie w Internecie,
- prawo prasowe - zagadnienia ogólne, zagadnienia dotyczące osoby dziennikarza.

Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w trakcie całego cyklu kształcenia:

1. prezentacja, ocena aktywności w trakcie zajęć,
2. ocena efektów pracy zespołowej,
3. egzamin ustny lub pisemny,
4. zaliczenie ustne lub pisemne,
5. kolokwium,
6. test kontrolny,
7. projekty i ćwiczenia praktyczne / laboratoryjne,
8. referat,
9. esej,
10. prezentacja,
11. praca semestralna,
12. ocena aktywności w trakcie zajęć,
13. ocena efektów pracy zespołowej,
14. konsultacje,
15. ocena aktywności na seminarium,
16. napisanie pracy licencjackiej
17. egzamin ustny końcowy
18. opinia pisemna pracodawcy
19. ćwiczenia praktyczne

Warunki ukończenia studiów oraz uzyskiwany tytuł zawodowy:

Po ukończeniu studiów trzyletnich, tj. po zaliczeniu wszystkich przedmiotów, praktyk, objazdów naukowych, po zgromadzeniu minimum 183 punktów ECTS, zaliczeniu pozytywnych recenzji z pracy licencjackiej (przygotowanej pod kierunkiem promotora na seminarium licencjackim) oraz złożeniu ustnego egzaminu końcowego student uzyskuje tytuł licencjata.

Licencjat może kontynuować naukę na dwuletnich studiach drugiego stopnia, tzw. magisterskich.

Objaśnienia oznaczeń:

P6, P7 – poziom PRK (6 - studia pierwszego stopnia, 7 – studia drugiego stopnia i jednolite magisterskie)

S – charakterystyka typowa dla kwalifikacji uzyskiwanych w ramach szkolnictwa wyższego

W – wiedza	G – głębia i zakres
	K - kontekst
U – umiejętności	W – wykorzystanie wiedzy
	K – komunikowanie się
	O – organizacja pracy
	U – uczenie się
K – kompetencje społeczne	K – krytyczna ocena
	O - odpowiedzialność
	R – rola zawodowa

Harmonogram realizacji programu studiów.

forma studiów: STUDIA STACJONARNE PIERWSZEGO STOPNIA

L.P.	NAZWA GRUPY ZAJĘĆ/ NAZWA ZAJĘĆ	KOD ZAJĘĆ USOS	punkty ECTS	Egzamin po semestrze	Zaliczenie po semestrze	Liczba godzin zajęć														I rok						II rok						III rok						Punkty ECTS uzyskiwane w ramach zajęć:					
						RAZEM	WYKŁADY	ĆWICZENIA	KONWERSATORIA	LABORATORIA	LEKTORATY	SEMINARIA PROSEMINARIA	ZAJĘCIA TERENOWE	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	WYKŁADY	ĆK/L/LEK/SIP/ZT	do wyboru	z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów	z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych*	związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów.	kształtujący umiejętności praktyczne.	dot. studiów.												
																																1 sem.	2 sem.	3 sem.	4 sem.	5 sem.	6 sem.	1	2	3	4	5	6
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31													
Grupa Zajęć 1 Przedmioty kształcenia ogólnego																																											
1	Język obcy cz. I	KS1-1LEK	3		2	60					60			30		30										3	2,5			1													
2	Język obcy cz. II	KS1-2LEK	3	4	60						60							30		30						3	2,5			1													
3	Technologia informacyjna	KS1-1TECH	1		15				15					15																0,4													
4	Wychowanie fizyczne/zajęcia alternatywne	KS1-1WF			2	60	60							30		30														1													
5	Ochrona własności intelektualnej	KS1-2OWI	1		4	5	5													5										0,1													
RAZEM			8			200	65	15	120					75	60	30	35								6	7			2,5														
Grupa Zajęć 2 Przedmioty humanistyczne i społeczne																																											
6	Wstęp do filozofii	KS1-1WDF	2	1	15	15								15																1,4		1											
7	Wybrane zagadnienia z historii filozofii	KS1-1WHS	3		1	30		30						30																1,4		1											
8	Antropologiczne podstawy kulturoznawstwa	KS1-1APK	4	1	1	45	15	30						15	30															2,2		2,2											
9	Mitologie europejskie	KS1-1MEU	3		1	30		30						30																2,8		2											
10	Socjologia kultury	KS1-1SOK	3		1	30		30						30																1,4		1											
11	Semiotyka kultury	KS1-1LSK	1		1	15		15						15																0,7		0,5											
12	Kultura krajów sąsiednich	KS1-1LKS	3	1		30	30							30																1,5		1,5											
13	Historia sztuki	KS1-1HSZ	5	2	2	60	30	30						30	30															3,4		3											
14	Historia kultury	KS1-1HKL	5	2	2	60	30	30						30	30															3		3											
15	Metodologia badań kulturoznawczych	KS1-2MET	3	3	3	30	15	15								15	15													1,6		1,3											
16	Podstawy komunikacji międzykulturowej	KS1-2PKM	2		3	15	15									15														0,8		0,8											
17	Komunikacja kulturowa	KS1-2KKL	3	3	3	45	15	30								15	30													2		2											
18	Kulturowe konteksty historii literatury	KS1-2KKH	3		4	15		15													15									1,6		0,8											
19	Język a kultura	KS1-3JKL	3		6	15	15																		15					1,6		0,8											
RAZEM			43			435	180	210	45					60	135	60	60	45	45		15				15				25,4		20,9												
Grupa Zajęć 3 Przedmioty kulturoznawcze																																											
20	Teatr i widowiska	KS1-1TIW	3		1	30		30						30																1,6		1,6											
21	Kultura Podlasia	KS1-1KPO	3		1	30		30						30																1,6		1,6											
22	Problemy kultury popularnej	KS1-1PKP	2		2	15		15								15														1,5		1,5											
23	Życie kulturalne	KS1-1ZKL	2		2	30		30								30														1		1											
24	Film w kulturze	KS1-2FWK	3		3	30		30									30													1,6		1,6											
25	Teoria kultury	KS1-2TKL	5	3	3	45	15	30								15	30													2,3		2,3											
26	Słowo w kulturze	KS1-2SKL	3		4	30		30													30									1,6		1,6											
27	Kultura audiowizualna	KS1-2KAD	5	4	4	60	30	30													30	30								2,9		2,9											

					Liczba godzin zajęć								I rok		II rok		III rok		Punkty ECTS uzyskiwane w ramach zajęć:							
					30		30																			
																									1 sem.	2 sem.
28	Warsztaty: teatr., foto., etn.	KS1-2TFE	2		4	30				30								2	1,4		1,4					
29	Teoria kultury współczesnej	KS1-3TKW	2		5	30			30										1,2		1,2					
30	Muzyka w kulturze	KS1-3MWK	3		5	30			30										1,6		1,6					
31	Problemy organizacji kultury w Zjednoczonej Europie	KS1-3POK	3	5		25	10	15									10	15		1,5		1,5				
32	Formy animacji kultury	KS1-3FKL	3		5	30			30										1,6		1,6					
33	Diagnostyka potrzeb kulturalnych	KS1-3DPK	2		5	15		15											1		1					
34	Metody analizy i interpretacji dzieła: film., plast., teatr., lit.	KS1-3MAI	3		5	30			30									3	1,6		0,7					
35	Zarządzanie i marketing w instytucjach kultury	KS1-3ZMK	2		6	30			30										1,4		0,7					
RAZEM			46			490	55	345	60	30				60	45	15	60	30	90	10	150	30	5	25,4		23,8
Grupa Zajęć 4 Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych *																										
36	Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)		3		1	30			30					30							3	2			1	
37	Konwersatorium (w języku angielskim z zakresu historii kultury lub w języku polskim z zakresu medioznawstwa)		3		2	30			30					30							3	2			1	
38	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub sztuki)		3		2	30			30					30							3	2			1	
39	Konwersatorium (z zakresu komunikacji kulturowej lub antropologii kultury)		3		3	30			30					30							3	2			1	
40	Konwersatorium (z zakresu sztuki lub literaturoznawstwa)		3		3	30			30					30							3	2			1	
41	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub komunikacji kulturowej)		3		4	30			30					30							3	2			1	
42	Konwersatorium (z zakresu religioznawstwa lub antropologii kultury)		3		4	30			30					30							3	2			1	
43	Konwersatorium (z zakresu filozofii kultury lub komunikacji kulturowej)		3		5	30			30					30							3	2			1	
44	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub historii kultury - zaliczane dla studentów, którzy nie skończyli studiów kulturoznawczych I stopnia)		3		5	30			30					30							3	2			1	
45	Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)		3		6	30			30					30							3	2			1	
RAZEM			30			300			300					30	60	60	60	60	60	30	30	20		10		
Grupa Zajęć 5 Przedmioty dyplomowe																										
46	Seminarium licencjackie	KS1-3SEML	22		6	60															30	30		10,2		15
RAZEM			22			60															30	30		10,2		15
Grupa Zajęć 6 Praktyki zawodowe																										
47	Praktyka zawodowa		4		5	'3 tyg																	1		0,5	
RAZEM			4																				1		0,5	
Grupa Zajęć 7 Zajęcia terenowe																										
48	Objazd naukowy 1	KS1-1ONK1	1		2	15								15									0,5		0,5	
49	Objazd naukowy 2	KS1-1ONK2	1		4	15								15									0,5		0,5	
50	Objazd naukowy 3	KS1-1ONK3	1		6	15								15								15	0,5		0,5	
RAZEM			3			45								45								15		1,5		1,5
Grupa Zajęć 8a Przedmioty specjalizacyjne - Media i komunikowanie																										
51	Podstawy antropologii mediów	KS1-1PAM	4	2	2	30	15	15						15	15								4	2		4
52	Język w mediach	KS1-1JWM	1		2	15		15						15									1	1,4		0,7
53	Laboratorium kultury cyfrowej	KS1-1LKC	2		2	30								30								2	1,6		1,6	
54	Telewizja w kulturze	KS1-2TWK	4	3	3	30	15	15						15	15								4	1,8		4
55	Analiza przekazów audiowizualnych	KS1-2APA	1		3	15		15						15									1	1,6		1
56	Warsztaty dziennikarskie (prasowe, radiowe, telewizyjne, Internetowe/filmowe)	KS1-2WDM	2		3	30		30						30									2	1,4		1,4
57	Zachowania komunikacyjne	KS1-2ZKM	2		3	30								30									2	1,4		2
58	Komunikacja medialna	KS1-2KME	3	4	4	30	15	15						15	15								3	1,9		3
59	Komunikacja międzykulturowa	KS1-2KMK	2		4	30	15	15						15	15								2	1,6		2
60	Reklama i public relations	KS1-2RPR	2		4	30	15	15						15	15								2	1,6		1

					Liczba godzin zajęć										I rok						II rok				III rok				Punkty ECTS uzyskiwane w ramach zajęć:			
					1 sem.					2 sem.					3 sem.		4 sem.		5 sem.		6 sem.		1 sem.		2 sem.		3 sem.					
61	Sztuka nowych mediów	KS1-3SNM	2	5	5	15	15											15				2	1,5			1,5						
62	Praktyczna stylistyka języka polskiego	KS1-3PSP	2		5	15		15											15			2	1			0,3						
RAZEM			27			300	90	105	45	60					15	60	15	90	45	45	15	15	27	18,8		22,5						
Grupa Zajęć 8b Przedmioty specjalizacyjne - Reklama i public relations																																
63	Teoria i historia reklamy	KS1-1THR	3	2		30	30								30							3	1,4			3						
64	Podstawy marketingu	KS1-1PMA	2		2	30	30								30							2	1,4			1						
65	Komunikowanie wizualne w reklamie i p.r.	KS1-1KWZ	2		2	15		15							15							2	1			1						
66	Antropologia kultury w badaniach marketingowych	KS1-1AKM	1		2	15	15								15							1	0,8			1						
67	Teoria i historia public relations	KS1-2THP	3	3		30	30										30					3	1,4			2						
68	Muzyka w reklamie	KS1-2MWR	1		3	15	15										15					1	0,8			1						
69	Socjologia w badaniach marketingowych	KS1-2SBM	1		3	15	15										15					1	0,8			1						
70	Psychologia w badaniach marketingowych	KS1-2PBM	1		3	15	15										15					1	0,8			0,5						
71	Praktyczna stylistyka języka polskiego	KS1-2PST	2		3	15		15										15				2	1,1			1						
72	Media w Polsce	KS1-2MWP	3	4		30	30													30		3	1,6			3						
73	Seminarium warsztatowe - public relations	KS1-2SWP	2		4	30															30	2	1,3			1						
74	Seminarium warsztatowe - reklama	KS1-2SWR	2		4	30															30	2	1,3			1						
75	Metody autoprezentacji	KS1-3MAP	2		5	15		15													15	2	0,8			1						
76	Prawo prasowe i autorskie	KS1-3PPA	2	5		15	15														15	2	1,5			1						
RAZEM			27			300	195	15	30	60					75	15	75	15	30	60	15	15	27	16		18,5						
OGÓLEM																																
			183			1830	430	635	435	105	120	60	45	60	300	135	255	135	210	60	275	25	255	15	105	68	106,5		92,7			

liczba egz./zal.

3	9	4	15	5	15	4	13	3	12	5
---	---	---	----	---	----	---	----	---	----	---

* liczbę punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne.

Procentowy udział liczby punktów ECTS każdej z dyscyplin, do których jest przyporządkowany kierunek studiów, w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej.	Nauki o kulturze i religii 70%, Filozofia 3%, Językoznawstwo 6%, Literaturoznawstwo 2%, Nauki o sztuce 3%, Nauki o komunikacji społecznej i mediach 3%, Nauki o polityce i administracji 2%, Nauki prawne 2%, Nauki socjologiczne 3%, Nauki o zarządzaniu i jakości 4%, Psychologia 2%
Procentowy udział liczby punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów, w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów.	37
Procentowy udział liczby punktów ECTS w ramach zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów, w wymiarze nie mniejszym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów.	58
Dla studiów o profilu ogólnoakademickim – procentowy udział liczby punktów ECTS w ramach zajęć związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów.	51
Dla studiów o profilu praktycznym – procentowy udział liczby punktów ECTS w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w liczbie punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów, w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznej do ukończenia studiów.	