

**PROGRAM STUDIÓW**  
**Kierunek studiów: kulturoznawstwo**  
Obowiązuje od roku akademickiego: 2024/2025

**Część I. Informacje ogólne.**

1. Nazwa jednostki prowadzącej kształcenie: **Wydział 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: **07.02.2024 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:

Nazwa dyscypliny wiodącej	Procentowy udział dyscypliny wiodącej
<b>nauki o kulturze i religii</b>	<b>70%</b>
Nazwa poszczególnych dyscyplin	Procentowy udział poszczególnych dyscyplin
filozofia	3%
językoznawstwo	3%
literaturoznawstwo	2%
nauki o sztuce	5%
nauki o komunikacji społecznej i mediach	5%
nauki o polityce i administracji	2%
nauki prawne	2%
nauki socjologiczne	3%
nauki o zarządzaniu i jakości	3%
psychologia	2%
<b>Razem:</b>	<b>100%</b>

## Część II. Efekty uczenia się.

Symbol opisu charakterystyk drugiego stopnia PRK	Symbol efektu uczenia się	Opis efektu uczenia się
<b>Wiedza, absolwent zna i rozumie:</b>		
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
<b>UMIĘJĘTNOŚCI, absolwent potrafi:</b>		
P6S_UW	KA6_UW1	wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje z wykorzystaniem różnych sposobów i 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, selekcjonować 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 zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem

	KA6_KK3	krytycznego uczestniczenia w życiu kulturalnym, korzystając z jego różnych form i różnych mediów w oparciu o znajomość aktualnych wydarzeń kulturalnych i nowych zjawisk w sztuce
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.**

#### **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:**

- 1) Podstawy technologii informacyjnej oraz użytkowanie komputera, rozwinięcie najważniejszych praktycznych umiejętności komputerowych
- 2) Dostarczanie praktycznej wiedzy oraz pogłębienie zrozumienia rozwoju i funkcjonowania technologii informacyjnych
- 3) Doskonalenie umiejętności wyszukiwania informacji w Internecie
- 4) Edytor tekstu – Microsoft Word:
  - a) tworzenie oraz redagowanie dokumentów – formatowanie tekstu (operacje na czcionkach i akapitach; ustawianie marginesów, akapity, punktowane i numerowane; nagłówek 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 licencjackich.
- 5) Uświadamianie potrzeby respektowania praw autorskich i poszanowania własności intelektualnej
- 6) Tworzenie grafiki prezentacyjnej - 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
- 7) Edycja grafiki – GIMP/Canva:
- a) rysowanie,
  - b) obróbka zdjęć,
  - c) operacje na plikach.
  - d) tworzenie grafik/infografik

**(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

**(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
- mit, władza, historia,
- świadomość historyczna a świadomość mityczna, mitotwórstwo
- 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,
- płęć 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:**

- wykłady: omawiane są wybrane problemy sztuki europejskiej poczynając od starożytności, przez wieki średnie, skończywszy na epoce nowożytnej. Wśród omawianych problemów są między innymi takie jak traktowanie sztuki jako wyrazu myślenia religijnego, narracyjny charakter budowli sakralnych, "migracja" motywów ikonograficznych, sztuka w służbie reprezentacji władzy, sztuka jako świadectwo konceptualizowania czasu, sztuka jako świadectwo stosunków społecznych;
- ćwiczenia: dyskusja nad zjawiskami związanymi ze sztuką stanowiącą wytwór nowoczesności; wśród nich omawiane są: malarstwo akademickie XIX wieku, realizm i impresjonizm, sztuka awangardowa I połowy XX wieku, sztuka początku XX wieku sytuująca się w kręgu tradycji (art déco, nowoczesny klasycyzm lat 30'), wybrane przykłady sztuki neoawangardowej. Głównymi problemami omawianymi na zajęciach są: rola nurtów awangardy I połowy XX wieku w przeobrażeniu



myślenia o kształcie dzieła sztuki, modernistyczno-awangardowe próby przeobrażenia rzeczywistości w imię sztuki, traktowanie sztuki jako sfery refleksji na swój własny temat, sztuka jako narzędzie przeobrażenia kultury.

#### **(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 literatury), ćwiczenia:**

- związki literatury i kultury (zarówno elitarnej, jak i masowe),
- 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\_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** – 40 godzin tygodniowo (łącznie 120 godzin przez 3 tygodnie).

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,
- płeć 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,
- agonia 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.

### **(Telewizja w kulturze), wykład, ćwiczenia**

- telewizja – medium kultury XX wieku; Historia rozwoju medium i jego kulturowe znaczenie; Rola telewizji w kształtowaniu tożsamości zbiorowej i reprodukcji kultury,
- telewizja źródłem informacji i rozrywki; Rola telewizji w życiu codziennym; Rytuały medialne
- telewizja – „paraspołeczny przyjaciel”; Kultura fanów w kontekście przekazów telewizyjnych,
- telewizyjne przyjemności; Telewizja jakościowa, Telewizja na początku XXI wieku oraz nowe sposoby obcowania z telewizją,
- gatunki telewizyjne; Fenomen reality show, opery mydlane
- telewizja w erze Internetu; Telewizja a media społecznościowe; Serwisy strumieniowe, hipertelewizja/posttelewizja
- odbiorcy telewizji i tożsamość kulturowa – nowe praktyki odbioru telewizji.

### **(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.

### **(Digital Storytelling), konwersatorium**

- czym jest digital storytelling
- struktura digital storytellingu
- zmienne oblicze cyfrowych opowieści
- rodzaje cyfrowych opowieści (tekst, obraz, elementy interaktywne, filmy i materiały audio)
- techniczne aspekty cyfrowych narracji
- digital storytelling – case studies
- samodzielne wykonanie projektu w oparciu o treści poruszane na zajęciach.

### **(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,
- negocjacje i mediacje
- trening asertywności (błędne założenia i twoje prawa),
- szczególne strategie asertywne,
- sztuka argumentacji, chwyt erystyczne
- 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; widownia, 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).

### **(Narracje w mediach cyfrowych), wykład, ćwiczenia**

- filozoficzne koncepcje narracji
- narratologia, czyli badania nad opowiadaniem fabuł
- koncepcja monomitu Josepha Campbella
- specyfika narracji filmowej
- transformacja narracji serialowej
- narracja interaktywna i transmedialna
- narracja a światotwórstwo, zwrot światocentryczny
- metody konstruowania projektów medialnych opartych na narracji

### **(Media w Polsce) ćwiczenia**

- 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 tabloidyżacja 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

### **(Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych), ćwiczenia**

- Tożsamość offline a tożsamość online
- Charakterystyka platform społecznościowych w kontekście kreowania wizerunku
- Zasady skutecznej komunikacji online
- Personal branding
- Networking i społeczności online
- Kryzysy wizerunkowe w mediach społecznościowych

- Cybernaryczym

## **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).

### **(Język w reklamie i PR), konwersatorium:**

- 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 i w PR oraz struktury wypowiedzi. Tworzenie i prezentacja tekstów reklamowych i wykorzystywanych w PR,
- realizacja; indywidualizacja; stylizacja językowa; intertekstualność

### **(Komunikowanie wizualne w reklamie i PR), 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/instytucji/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 konsumenckie,
- funkcje muzyki, potrzeby wobec muzyki, korelacje indeksu preferencji ulubionej muzyki z funkcjami jej słuchania,
- muzyka a zachowania konsumenckie, 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.

**(Przekazy reklamowe i PR jako teksty kultury), konwersatorium:**

- 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.

**(Marketing i kultura designu), wykład, ćwiczenia:**

- teoretyczna refleksja na temat designu postrzeganego jako podstawa określenia „kultura designu”,
- stosowanie zabiegów marketingowych do opisu współczesnej kultury obok takich kategorii jak kultura późnej nowoczesności, kultura postmodernizmu, high-tech, postindustrialna, późnego kapitalizmu, kapitalizmu inwigilacyjnego itd.
- kategoria kultura designu a różne obszary nowoczesnej kultury (reklama, wzornictwo przemysłowe, urbanistyka, architektura, zachowania konsumenckie, inżynieria genetyczna, rolnictwo i hodowla zwierząt).

**(Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych), konwersatorium:**

- praktyczne wejście w techniki kreowania wizerunku marki w mediach społecznościowych z założeniem, że „marką” może być instytucja, produkt lub konkretna osoba (na przykład polityk, celebryta, muzyk, aktor etc.),
- forma warsztatowa w taki sposób, aby studenci mogli zetknąć się z praktyką promocji marki w mediach społecznościowych.

**(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. Historia i rodzaje reklamy. Przykłady inspiracji naturą i lokalnym otoczeniem kulturowym w procesach projektowych różnych twórców. Humor i emocje w reklamie
- część warsztatowa (praca w grupie): Produkt – właściwości, statystyki, obecność na rynku, w kulturze i w świadomości konsumenta

- część projektowa: Indywidualna analiza wybranego filmu reklamowego – storyboard. Scenariusz i realizacja filmu reklamowego (projekt semestralny).

**(Zachowania komunikacyjne w PR),** konwersatorium:

- metody autoprezentacji,
- analiza percepcji obrazu i mechanizmów autoidentyfikacji,
- mowa ciała,
- dystanse społeczne jako narzędzia komunikacji,
- przestrzeń jako komunikat retoryczny,
- zachowania w działaniach performatywnych jako komunikatach marketingowych.

**(Prawo prasowe i autorskie w reklamie i PR, 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.

**Wymiar(w tygodniach oraz godzinach), zasady i formę odbywania praktyk zawodowych oraz liczbę punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach tych praktyk**

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+.

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

- prezentacja, ocena aktywności w trakcie zajęć,
- ocena efektów pracy zespołowej,
- egzamin ustny lub pisemny,
- zaliczenie ustne lub pisemne,
- kolokwium,
- test kontrolny,
- projekty i ćwiczenia praktyczne / laboratoryjne,
- referat,

- esej,
- prezentacja,
- praca semestralna,
- ocena aktywności w trakcie zajęć,
- ocena efektów pracy zespołowej,
- konsultacje,
- ocena aktywności na seminarium,
- napisanie pracy licencjackiej
- egzamin ustny końcowy
- opinia pisemna pracodawcy
- 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

**Program studiów - wskaźniki ilościowe**

**Kierunki studiów: kulturoznawstwo**

**Poziom studiów: PIERWSZY STOPIEŃ**

**Profil studiów: OGÓLNOAKADEMICKI**

**Forma studiów: STUDIA STACJONARNE**

**Zaopiniowany na Radzie WYDZIAŁU STUDIÓW KULTUROWYCH w dniu 7 lutego 2024**

**Obowiązuje od roku akademickiego: 2024/2025**

<b>Punkty ECTS uzyskiwane w ramach zajęć:</b>									
L.P.	NAZWA GRUPY ZAJĘĆ/ NAZWA ZAJĘĆ	KOD ZAJĘĆ USOS	Liczba godzin zajęć	punkty ECTS	do wyboru	Z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów (dot. studiów stacjonarnych)	Z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych*	Związanych z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów, dla studiów o profilu ogólnoakademickim	kształtujących umiejętności praktyczne, dla studiów o profilu praktycznym
<b>Grupa Zajęć_ 1 Przedmioty kształcenia ogólnego</b>									
1	Język obcy cz. I	520-KS1-1LEK	60	3	3	2,5		1	
2	Język obcy cz. II	520-KS1-2LEK	60	3	3	2,5		1	
3	Technologia informacyjna	520-KS1-1TECH	15	1		0,8		0,4	
4	Wychowanie fizyczne/zajęcia alternatywne	520-KS1-1WF	60	0		1			
5	Ochrona własności intelektualnej	520-KS1-2OWI	5	1		0,2		0,1	
<b>RAZEM</b>			<b>200</b>	<b>8</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>2,5</b>	<b>0</b>
<b>Grupa Zajęć_ 2 Przedmioty humanistyczne i społeczne</b>									
6	Wstęp do filozofii	520-KS1-1WDF	15	2		1,4		1	
7	Wybrane zagadnienia z historii filozofii	520-KS1-1WH	30	3		1,4		1	
8	Antropologiczne podstawy kulturoznawstwa	520-KS1-1APK	45	4		2,2		2,2	
9	Mitologie europejskie	520-KS1-1MEU	30	3		2,8		2	
10	Socjologia kultury	520-KS1-1SOK	30	3		1,4		1	

11	Semiotyka kultury	520-KS1-1SEK	15	1		0,7		0,5	
12	Kultura krajów sąsiednich	520-KS1-1KKS	30	3		1,5		1,5	
13	Historia sztuki	520-KS1-1HSZ	60	5		3,4		3	
14	Historia kultury	520-KS1-1HKL	60	5		3		3	
15	Metodologia badań kulturoznawczych	520-KS1-2MET	30	3		1,6		1,3	
16	Podstawy komunikacji międzykulturowej	520-KS1-2PKM	15	2		0,8		0,8	
17	Komunikacja kulturowa	520-KS1-2KKL	45	3		2		2	
18	Kulturowe konteksty literatury	520-KS1-2KLI	15	3		1,6		0,8	
19	Język a kultura	520-KS1-3JKL	15	3		1,6		0,8	
<b>RAZEM</b>			<b>435</b>	<b>43</b>	<b>0</b>	<b>25,4</b>	<b>0</b>	<b>20,9</b>	<b>0</b>
<b>Grupa Zajęc_ 3: Przedmioty kulturoznawcze</b>									
20	Teatr i widowiska	520-KS1-1TIW	30	3		1,6		1,6	
21	Kultura Podlasia	520-KS1-1KPO	30	3		1,6		1,6	
22	Problemy kultury popularnej	520-KS1-1PKP	15	2		1,5		1,5	
23	Życie kulturalne	520-KS1-1ZKL	30	2		1		1	
24	Film w kulturze	520-KS1-2FWK	30	3		1,6		1,6	
25	Teoria kultury	520-KS1-2TKL	45	5		2,5		2,5	
26	Słowo w kulturze	520-KS1-2SKL	30	3		1,6		1,6	
27	Kultura audiowizualna	520-KS1-2KAD	60	5		2,9		2,9	
28	Warsztaty: teatr., foto., etn.	520-KS1-2WAR	30	2	2	1,4		1,4	
29	Teoria kultury współczesnej	520-KS1-3TKW	30	3		2		2	
30	Muzyka w kulturze	520-KS1-3MWK	30	3		1,6		1,6	
31	Kultura cyfrowa	520-KS1-3KCY	40	4		2,5		2,5	
32	Animacja kultury	520-KS1-3AKU	30	3		1,5		2	
33	Metody analizy i interpretacji dzieła: filmowego,....	520-KS1-3MAI	30	3	3	1,6		0,7	
34	Zarządzanie i marketing w instytucjach kultury	520-KS1-3ZMK	30	2		1,4		0,7	
<b>RAZEM</b>			<b>490</b>	<b>46</b>	<b>5</b>	<b>26,3</b>	<b>0</b>	<b>25,2</b>	<b>0</b>

<b>Grupa Zajęć_ 4 Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych *</b>									
35	Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)	520-KS1-1KONx	30	3	3	3		1	
36	Konwersatorium (w języku angielskim z zakresu historii kultury lub w języku polskim z zakresu medioznawstwa)	520-KS1-1KONx	30	3	3	3		1	
37	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub sztuki)	520-KS1-1KONx	30	3	3	3		1	
38	Konwersatorium (z zakresu komunikacji kulturowej lub antropologii kultury)	520-KS1-2KONx	30	3	3	3		1	
39	Konwersatorium (z zakresu sztuki lub literaturoznawstwa)	520-KS1-2KONx	30	3	3	3		1	
40	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub komunikacji kulturowej)	520-KS1-2KONx	30	3	3	3		1	
41	Konwersatorium (z zakresu religioznawstwa lub antropologii kultury)	520-KS1-2KONx	30	3	3	3		1	
42	Konwersatorium (z zakresu filozofii kultury lub komunikacji kulturowej)	520-KS1-3KONx	30	3	3	3		1	
43	Konwersatorium (z zakresu medioznawstwa lub historii kultury - zalecane dla studentów, którzy nie skończyli studiów kulturoznawczych I stopnia)	520-KS1-3KONx	30	3	3	3		1	
44	Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)	520-KS1-3KONx	30	3	3	3		1	
<b>RAZEM</b>			<b>300</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>
<b>Grupa Zajęć_ 5 Przedmioty dyplomowe</b>									
45	Seminarium licencjackie	520-KS1-3SEML	60	22	1	22		22	
<b>RAZEM</b>			<b>60</b>	<b>22</b>	<b>1</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>0</b>
<b>Grupa Zajęć_ 6 Praktyki zawodowe</b>									
46	Praktyka zawodowa	520-KS1-3PZ nie/120		4		1		0,5	
<b>Grupa Zajęć_ 7 Zajęcia terenowe</b>									
47	Objazd naukowy 1	520-KS1-1ONK1	15	1		1		1	
48	Objazd naukowy 2	520-KS1-2ONK2	15	1		1		1	
49	Objazd naukowy 3	520-KS1-3ONK3	15	1		1		1	
<b>RAZEM</b>			<b>45</b>	<b>3</b>		<b>3</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>
<b>Moduł specjalizacyjny_ 8</b>									
<b>Grupa Zajęć: 8a Przedmioty specjalizacyjne: Media i komunikowanie</b>									
49	Podstawy antropologii mediów	520-KS1-1PAM	30	4	4	2		4	
50	Jezyk w mediach	520-KS1-1JWM	15	1	1	1		1	
51	Laboratorium kultury cyfrowej	520-KS1-1LKC	30	2	2	1		2	
52	Telewizja w kulturze	520-KS1-2TWK	30	3	3	1,5		3	
53	Analiza przekazów audiowizualnych	520-KS1-2APA	15	1	1	0,5		1	
54	Digital storytelling	520-KS1-2DST	30	2	2	1		2	

55	Zachowania komunikacyjne	520-KS1-2ZKM	30	2	2	1		2	
56	Komunikacja medialna	520-KS1-2KME	30	4	4	1,5		4	
57	Narracje w mediach cyfrowych	520-KS1-2NWC	30	4	4	1,5		4	
58	Media w Polsce	520-KS1-2RPR	30	2	2	1		2	
59	Kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych	520-KS1-3KMS	30	2	2	1		2	
<b>RAZEM</b>			<b>300</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>0</b>
<b>Grupa Zajęć_ 8b Przedmioty specjalizacyjne: Reklama i public relations</b>									
60	Teoria i historia reklamy	520-KS1-1THR	30	3	3	1,5		3	
61	Język w reklamie i PR	520-KS1-1MKD	30	2	2	1		2	
62	Komunikowanie wizualne w reklamie i PR	520-KS1-2PRK	15	1	1	1		2	
63	Antropologia kultury w badaniach marketingowych	520-KS1-1AKM	15	1	1	0,5		1	
64	Teoria i historia public relations	520-KS1-2THP	30	3	3	1,5		3	
65	Muzyka w reklamie	520-KS1-2MWR	15	1	1	0,5		1	
66	Przekazy reklamowe i PR jako teksty kultury	520-KS1-2SBM	30	3	3	0,5		2	
67	Marketing i kultura designu	520-KS1-2JRP	30	2	2	1		2	
68	Kreowanie wizerunku marki w mediach społecznościowych	520-KS1-2MWP	15	3	3	1,5		3	
69	Seminarium warsztatowe - public relations	520-KS1-2SWP	30	2	2	1		2	
70	Seminarium warsztatowe - reklama	520-KS1-2SWR	30	2	2	1		2	
71	Zachowania komunikacyjne w PR	520-KS1-3ZKR	15	2	2	1		2	
72	Prawo prasowe i autorskie w reklamie i PR	520-KS1-3PAR	15	2	2	1		2	
<b>RAZEM</b>			<b>300</b>	<b>27</b>	<b>27</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>27</b>	<b>0</b>
<b>OGÓŁEM</b>			<b>1830</b>	<b>183</b>	<b>90</b>	<b>139,7</b>	<b>0</b>	<b>137,6</b>	<b>0</b>

\* 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 3 %, literaturoznawstwo 2 %,  
nauki o sztuce 5 %,  
nauki o komunikacji społecznej i mediach 5 %,  
nauki o polityce i administracji 2 %,  
nauki prawne 2 %, nauki socjologiczne 3 %,  
nauki o zarządzaniu i jakości 3 %,  
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.

49,18



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 (dot. studiów stacjonarnych).	76,34
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.	75,19
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.	0

DOCUMENT  
CREATED  
WITH



PDF  
COMBINER

PDF Combiner is a free application that you can use to combine multiple PDF documents into one.

Three simple steps are needed to merge several PDF documents. First, we must add files to the program. This can be done using the Add files button or by dragging files to the list via the Drag and Drop mechanism. Then you need to adjust the order of files if list order is not suitable. The last step is joining files. To do this, click button Combine PDFs.

Main features:

**secure PDF merging** - everything is done on your computer and documents are not sent anywhere

**simplicity** - you need to follow three steps to merge documents

**possibility to rearrange document** - change the order of merged documents and page selection

**reliability** - application is not modifying a content of merged documents.

Visit the homepage to download the application:

[www.jankowskimichal.pl/pdf-combiner](http://www.jankowskimichal.pl/pdf-combiner)

To remove this page from your document, please donate a project.