

**ZARZĄDZANIE INFORMACJĄ I PUBLIKOWANIE CYFROWE**  
**CONTENT MANAGEMENT AND DIGITAL PUBLISHING**

**PLAN STUDIÓW W UKŁADZIE SEMESTRALNYM**  
**Studia II stopnia stacjonarne**

**Semestr I**

Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Teoria mediów i komunikowania	15	25						40	1	5
	Metodologia badań medioznawczych	15							15		2
	Własność intelektualna w komunikacji cyfrowej	15	15						30	Z	5
	Merytoryczna redakcja tekstu		15						15		2
	Techniczna redakcja tekstu		15						15		2
	Kultura języka – warsztaty		15						15		2
	Grafika użytkowa				20				20		3
	DTP – teksty użytkowe				20				20		3
	Research w pracy redaktora				15				15		2
	DTP – książki 1				20				20		3
		45	85		75				205	2	29

Kursy do wyboru\*

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Język obcy dla celów akademickich			15							1
				15					15		1

**Semestr II**

## Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E-learning	Razem	E/-	punkty ECTS
		W	zajęc w grupach									
			A	K	L	S	P					
	Problemy kultury współczesnej	15							15	1	2	
	Współczesna poligrafia	10							10		1	
	Współczesny język mediów		15						15		1	
	Gatunki dziennikarskie		20						20		1	
	DTP – książki 2				30				30	Z	2	
	DTP – czasopisma				15				15		1	
	Grafika wydawnicza				20				20		2	
	Media cyfrowe w Polsce	10			20				30		2	
	Web design				20				20	Z	2	
	Przekaz multimedialny				20				20		2	
		35	35		125				195	3	16	

## Kursy do wyboru\*

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E-learning	Razem	E/-	punkty ECTS
		W	zajęc w grupach									
			A	K	L	S	P					
	Seminarium magisterskie 1					30			30		10	
<b>OFERTA INSTYTUTU</b>												
<b>Grupa 1 – wybór 2 z 4 kursów</b>												
	Literatura a media		15						15		2	
	Projekt. Opracowanie i aplikacja		15						15		2	
	Badania użytkowników mediów		15						15		2	
	Copywriting & branding				15				15		2	
			30			30			60		14	

**Semestr III**

## Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęc w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Zarządzanie w wydawnictwie	10							10		1
	Zarządzanie projektem wydawniczym		10						10		1
	Media regionalne i lokalne	10	20						30		2
	Współczesny rynek książki	10	30						40	Z	3
	Rynek wtórny książki	10	10						20		2
	Marketing wydawniczy	10	20						30	1	4
	Systemy medialne w Polsce	10							10		1
	Infobrokering w prawie i biznesie				15				15		1
		60	90		15				165	2	15

## Kursy do wyboru\*

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęc w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Moduł kultura fizyczna		30						30		1
	Seminarium magisterskie 2					15			15		10
<b>OFERTA INSTYTUTU</b>											
<b>Grupa 1 – wybór 2 z 4 kursów</b>											
	Public relations		15						15		2
	Zarządzanie projektami		15						15		2
	Social media marketing				15				15		2
	Współczesna literatura obca		15						15		2
			60			15			75		15

**Semestr IV**

## Zajęcia dydaktyczne – obligatoryjne

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Rynek e-publikacji	10							10	1	
	Formaty publikacji cyfrowych				30				30	1	
	Cyfrowe zasoby kultury			20					20	1	
		10		50					<b>60</b>	<b>3</b>	

## Kursy do wyboru\*

kod kursu	nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
		W	zajęć w grupach					E-learning			Razem
			A	K	L	S	P				
	Seminarium magisterskie 3				15				15	4	
<b>OFERTA INSTYTUTU – wybór 1 kursu z 4</b>											
	Repozytoria cyfrowe			15					15	3	
	Blogosfera w biznesie i kulturze			15					15	3	
	Kształtowanie opinii publicznej		15						15	3	
	Współczesna literatura polska		15						15	3	
			15		15				<b>30</b>	<b>7</b>	

## Egzamin magisterski

Tematyka	punkty ECTS
Egzamin magisterski obejmuje treści kształcenia z całego okresu studiów oraz problematykę związaną z tematem pracy magisterskiej.	<b>20</b>

**Legenda:**

\* Od semestru I student dokonuje wyboru kursów z oferty uczelnianej, a od semestru II także z oferty INoI.

\* Język obcy dla celów akademickich kończy zaliczenie z oceną. Studenci wybierają język będący kontynuacją języka obcego z I stopnia studiów lub inny język, który znają na poziomie co najmniej B2.

Z – zaliczenie z oceną