

Załącznik nr 1
do uchwały nr 66/2019
Prezydium Polskiej Komisji Akredytacyjnej
z dnia 28 lutego 2019 r. z późn. zm.



Ocena programowa
Profil ogólnoakademicki
Raport samooceny

Nazwa i siedziba uczelni prowadzącej oceniany kierunek studiów:

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu
Jurija Gagarina 11, 87-100 Toruń

Toruń, 2025

Nazwa ocenianego kierunku studiów: **dziennikarstwo i komunikacja społeczna**

1. Poziom/y studiów: **I i II stopnia**
2. Forma/y studiów: **stacjonarne**
3. Nazwa dyscypliny, do której został przyporządkowany kierunek¹
nauki o komunikacji społecznej i mediach

W przypadku przyporządkowania kierunku studiów do więcej niż 1 dyscypliny:

- a. Nazwa dyscypliny wiodącej, w ramach której uzyskiwana jest ponad połowa efektów uczenia się wraz z określeniem procentowego udziału liczby punktów ECTS dla dyscypliny wiodącej w ogólnej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na kierunku.

STUDIA I STOPNIA

Nazwa dyscypliny wiodącej	Punkty ECTS	
	liczba	%
nauki o komunikacji społecznej i mediach	180	100

STUDIA II STOPNIA

Nazwa dyscypliny wiodącej	Punkty ECTS	
	liczba	%
nauki o komunikacji społecznej i mediach	120	100

Na studiach prowadzone jest kształcenie przygotowujące do wykonywania zawodu nauczyciela

☐ TAK ☐ NIE

W przypadku zaznaczenia opcji TAK, proszę wskazać rodzaj zawodu nauczyciela, w zakresie którego prowadzone jest kształcenie (można zaznaczyć więcej niż jedną opcję):

- ☐ nauczyciel przedmiotu nd.²
- ☐ nauczyciel teoretycznych przedmiotów zawodowych nd.²

¹Nazwy dyscyplin należy podać zgodnie z rozporządzeniem MNiSW z dnia 20 września 2018 r. w sprawie dziedzin nauki i dyscyplin naukowych oraz dyscyplin artystycznych (Dz. U. 2018 poz. 1818).

² Należy podać nazwę przedmiotu/zawodu/zajęć

- ☐ nauczyciel praktycznej nauki zawodu nd. ²
- ☐ nauczyciel prowadzący zajęcia nd. ²
- ☐ nauczyciel psycholog
- ☐ nauczyciel przedszkola i edukacji wczesnoszkolnej
- ☐ nauczyciel pedagog specjalny
- ☐ nauczyciel logopeda
- ☐ nauczyciel prowadzący zajęcia wczesnego wspomagania rozwoju dziecka

Efekty uczenia się zakładane dla ocenianego kierunku, poziomu i profilu studiów

STUDIA I STOPNIA

Symbol	Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:
WIEDZA	
K_W01	W zaawansowanym stopniu posiada wiedzę z zakresu nauki o komunikacji społecznej i mediach, zna miejsce dyscypliny w systemie nauk i relacje do innych nauk (w szczególności politologii, socjologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, psychologii, kulturoznawstwa, filozofii, ekonomii).
K_W02	W zaawansowanym stopniu posiada wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie nauk społecznych, w tym medioznawstwa oraz studiów nad komunikacją, w szczególności – o problemach badawczych, metodach, technikach, narzędziach badawczych; zna podstawowe tradycje paradygmatyczne badań społecznych i komunikologicznych, z których wywodzą się poszczególne metody.
K_W03	W zaawansowanym stopniu ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową, w wybranych aspektach, właściwych dla nauk o komunikacji społecznej i mediów.
K_W04	Zna i rozumie współczesne dylematy związane z komunikowaniem się i zagrożeniami wynikającymi z korzystania z mediów, ze szczególnych uwzględnieniem nowych technologii komunikacyjnych.
K_W05	Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej (dziennikarskiej, marketingowej) związanej z dziennikarstwem i komunikacją społeczną (w tym pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego).
K_W06	Zna i rozumie zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, w tym podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w obszarze komunikowania.
UMIEJĘTNOŚCI	
K_U01	Wykorzystuje, selekcjonuje, ocenia, przetwarza (tj. analizuje, syntezuje, interpretuje), prezentuje informacje ze źródeł tradycyjnych i elektronicznych z punktu widzenia nauk o komunikacji społecznej i mediach.
K_U02	Wykorzystuje posiadaną wiedzę przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi badawczych, a także zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.
K_U03	Komunikuje się z otoczeniem przy użyciu specjalistycznej terminologii z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, w tym prawidłowo posługuje się normami i

	regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
K_U04	Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki komunikacji społecznej i mediach, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutuje o nich.
K_U05	Posługuje się językiem obcym na poziomie B2 Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią o zagadnieniach stanowiących przedmiot zainteresowania dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
K_U06	Planuje i organizuje pracę indywidualną oraz w zespole badawczym, projektowym, redakcyjnym.
K_U07	Współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych (badawczych, projektowych, redakcyjnych), również w ramach prac interdyscyplinarnych.
K_U08	Posiada umiejętność projektowania i realizacji ścieżki własnego rozwoju przez całe życie.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści.
K_K02	Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach specjalistycznych.
K_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, np. brania udziału w pracach stowarzyszeń branżowych.
K_K04	Ogrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw, uczestniczy w przygotowaniu projektów społecznych, uwzględniając kompleks uwarunkowań: prawnych, ekonomicznych, politycznych, kulturowych.
K_K05	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.
K_K06	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dbałości o dorobek i tradycje zawodu oraz identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z zawodową rolą dziennikarza i/lub specjalisty z zakresu komunikowania.

STUDIA II STOPNIA

Symbol	Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:
WIEDZA	
K_W01	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna miejsce dyscypliny w systemie nauk i relacje wobec innych nauk (w szczególności politologii, socjologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, psychologii, kulturoznawstwa, filozofii, ekonomii).
K_W02	Ma pogłębioną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań, dysponuje pogłębioną znajomością metod, technik i narzędzi badawczych właściwych dla medioznawstwa i komunikologii oraz wiedzą o metodach i narzędziach właściwych dla dyscyplin pokrewnych, których implementacja jest możliwa na gruncie dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

K_W03	Ma pogłębioną, uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową właściwą dla nauk o komunikacji społecznej i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji językowej i wizualnej, komunikowania, masowego, komunikacji marketingowej.
K_W04	Zna i rozumie główne tendencje rozwojowe w naukach o komunikacji i mediach, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji międzykulturowej, teorii komunikacji i mediów, mediów lokalnych.
K_W05	Zna i rozumie współczesne dylematy związane z komunikowaniem się i zagrożeniami wynikającymi z korzystania z mediów, ze szczególnym uwzględnieniem nowych technologii komunikacyjnych.
K_W06	Zna i rozumie podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej (dziennikarskiej, marketingowej) związanej z funkcjonowaniem mediów (w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego).
K_W07	Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości, zwłaszcza podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w sferze komunikacji społecznej; rozumie prawa i zasady funkcjonowania rynku informacyjnego jako sfery gospodarki.
UMIEJĘTNOŚCI	
K_U01	Wykorzystuje, selekcjonuje, ocenia, przetwarza (tj. analizuje, syntezuje, interpretuje), prezentuje informacje ze źródeł tradycyjnych i elektronicznych z punktu widzenia nauk o komunikacji społecznej i mediach.
K_U02	Wykorzystuje posiadaną wiedzę przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi badawczych, a także zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.
K_U03	Wykorzystując metody i narzędzia właściwe nauce komunikacji społecznej i mediach, potrafi prognozować i modelować złożone procesy społeczne oraz ich praktyczne skutki obejmujące zjawiska z różnych obszarów życia społecznego.
K_U04	W oparciu o właściwie zanalizowane przyczyny i przebieg procesów i zjawisk społecznych, formułuje własne opinie, stawia hipotezy badawcze i weryfikuje je.
K_U05	Komunikuje się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców, w tym sprawnie posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnych problemów z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej; dysponuje ww. umiejętnościami w rozszerzonym zakresie w odniesieniu do obszaru nowych mediów.
K_U06	Wykorzystuje wiedzę z zakresu nauki komunikacji społecznej i mediach, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutuje o nich.
K_U07	Posługuje się językiem obcym na poziomie B2+ Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią o zagadnieniach stanowiących przedmiot zainteresowania dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
K_U08	Planuje i organizuje pracę indywidualną oraz w zespole badawczym, projektowym, redakcyjnym.
K_U09	Współdziała z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmuje wiodącą rolę w zespołach projektowych, badawczych, redakcyjnych.

K_U10	We własnym zakresie planuje i realizuje proces samokształcenia przez całe życie i ukierunkowuje innych w tym zakresie.
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	
K_K01	Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu nauk o komunikacji i mediach.
K_K02	Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.
K_K03	Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego.
K_K04	Jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego.
K_K05	Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.
K_K06	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, np. rozwijania dorobku zawodowego i podtrzymywania etosu zawodowego.
K_K07	Jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, np. przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad.

Skład zespołu przygotowującego raport samooceny

Imię i nazwisko	Tytuł lub stopień naukowy/stanowisko/funkcja pełniona w uczelni
Marek Jeziński	prof. dr hab., Dyrektor Instytutu Badań Komunikacji i Informacji, Kierownik Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa
Olga Wadowska	mgr, asystent w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa, pełnomocniczka Dziekana ds. kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Aleksandra Seklecka	dr hab., profesor uczelni, adiunkt w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa
Barbara Brodzińska-Mirowska	dr hab., profesor uczelni, adiunkt w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa
Łukasz Wojtkowski	dr, adiunkt w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa
Zuzanna Wesołowska	dr, asystent w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa

Spis treści

Efekty uczenia się zakładane dla ocenianego kierunku, poziomu i profilu studiów	4
Skład zespołu przygotowującego raport samooceny	7
Prezentacja uczelni	9
Część I. Samoocena uczelni w zakresie spełniania szczegółowych kryteriów oceny programowej na kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim.....	10
Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się	10
Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się.....	23
Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie.....	40
Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry.....	59
Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie.....	72
Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku	78
Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku.....	83
Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia	91
Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach.....	99
Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów.....	100
Część II. Perspektywy rozwoju kierunku studiów	104
Część III. Załączniki.....	106
Załącznik nr 1. Zestawienia dotyczące ocenianego kierunku studiów	106

Prezentacja uczelni

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu został utworzony w 1945 roku staraniem przybyłych po wojnie pracowników Uniwersytetu Stefana Batorego w Wilnie oraz Uniwersytetu Jana Kazimierza we Lwowie. Uczelnię tworzy 16 wydziałów: 13 w kampusie toruńskim oraz 3 tworzące Collegium Medicum im. Ludwika Rydygiera w Bydgoszczy. Uczelnia prowadzi kształcenie na prawie 120 kierunkach studiów wyższych, oferując szeroki zakres studiów i prowadzenia badań naukowych, w którym mieszczą się nauki medyczne i nauki o zdrowiu, humanistyczne, społeczne, ścisłe i przyrodnicze, weterynaryjne, inżynierjno-techniczne, teologiczne oraz sztuki.

W uniwersytecie studiuje prawie 18 tys. studentów, w tym ponad 1100 obcokrajowców z 57 krajów. Uczelnia zatrudnia prawie 4,5 tys. pracowników, w tym ponad 2400 nauczycieli akademickich. Uczelnia prowadzi 5 szkół doktorskich, oferuje również kształcenie na kilkudziesięciu studiach podyplomowych i innych formach kształcenia.

W 2019 roku UMK uzyskał status uczelni badawczej i, jako jedna z dziesięciu uczelni w Polsce, bierze udział w programie „Inicjatywa Doskonałości - Uczelnia Badawcza”. Celem programu jest podniesienie międzynarodowego znaczenia działalności uczelni poprzez podniesienie poziomu jakości działalności naukowej i poziomu jakości kształcenia.

UMK należy również do konsorcjum YUFE, czyli Young Universities for the Future of Europe, przeznaczonego do budowy i testowania modelu Uniwersytetu Europejskiego - otwartego, nieelitarnego i integrującego różne środowiska, a także promującego innowacyjność, interdyscyplinarność oraz najwyższą jakość w badaniach i edukacji.

Zmiany organizacyjne na UMK w ostatnich latach objęły też kontekst instytucjonalny funkcjonowania kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Od roku akademickiego 2019/2020 Instytut Badań Informacji i Komunikacji (w skrócie IBIK), który prowadzi oceniany kierunek, funkcjonuje w ramach nowopowstałego Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych (w skrócie: WFiNS), utworzonego z przekształcenia Wydziału Humanistycznego. Obok IBIK na wydział składają się Instytut Socjologii, Instytut Filozofii, Instytut Nauk Pedagogicznych oraz Instytut Psychologii. Niemniej, mimo tych dość znaczących przemian, studia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna funkcjonują na UMK nieprzerwanie od 2008 roku - w Systemie Bolońskim, tj. w ramach studiów I i II stopnia. Obecnie kierunek prowadzony jest w ramach studiów stacjonarnych.

Część I. Samoocena uczelni w zakresie spełniania szczegółowych kryteriów oceny programowej na kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim

Kryterium 1. Konstrukcja programu studiów: koncepcja, cele kształcenia i efekty uczenia się

Koncepcja programu studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna opiera się na przekonaniu, iż w kształtowaniu innowacji oraz rozwoju społecznego - w ujęciu tak lokalnym, jak i krajowym - dużą rolę odgrywają specjaliści z zakresu dziennikarstwa, komunikacji oraz mediów. To właśnie dziennikarze oraz specjaliści z dziedziny PR i brandingu odpowiedzialni są za to, jak jako społeczeństwo rozumiemy i postrzegamy otaczającą nas rzeczywistość, jak kształtujemy nasze postawy obywatelskie, jak sprawnie funkcjonujemy w dobie komunikacji masowej oraz sztucznej inteligencji i, wreszcie, jak świadomie potrafimy odróżniać rzetelną informację od manipulacji i dezinformacji, które coraz silniej wpływają na życie publiczne.

Ogólnoakademicki profil kierunku znajduje odzwierciedlenie w silnym powiązaniu dydaktyki z działalnością naukową, dzięki czemu studenci i studentki nie tylko zdobywają wiedzę, ale również aktywnie uczestniczą w jej tworzeniu. Udział w konferencjach, publikacjach naukowych oraz działalność w kołach naukowych - takich jak Koło Naukowe PR-u i Brandingu czy Koło Naukowe Dziennikarstwa Internetowego i Zarządzania Mediami - umożliwiają im rozwijanie własnych pasji badawczych i konfrontowanie zdobytych kompetencji z aktualnymi wyzwaniami w świecie mediów, komunikacji i marketingu. W ten sposób kształcenie na kierunku łączy solidną podstawę akademicką z doświadczeniem praktycznym, przygotowując absolwentów do dalszej kariery naukowej i zawodowej.

Od roku akademickiego 2025/2026 program i plan studiów został zaktualizowany tak, aby jeszcze lepiej odpowiadał na dynamiczne przemiany w krajobrazie medialnym, komunikologicznym i społecznym oraz uwzględniał zmiany w specyfice zawodów dziennikarskich. Wprowadzono treści dotyczące zjawisk kluczowych dla współczesnej przestrzeni publicznej - takich jak dezinformacja, sztuczna inteligencja czy mechanizmy algorytmizacji i mediatyzacji - oraz pogłębiono wątki związane z językiem, kulturą komunikacji i nowymi formami narracji, co wzmacnia zarówno krytyczne, jak i badawcze kompetencje studentów i studentek. Zmianie uległy także specjalności: na studiach I stopnia są to dziś **dziennikarstwo i nowe technologie** (zamiast „dziennikarstwo i nowe media”), akcentujące rolę innowacyjnych narzędzi komunikacyjnych w analizie i tworzeniu przekazów medialnych, oraz **public relations i budowanie marki** (zamiast “PR i branding”), które kładzie nacisk na rozwijającą się w ostatnich latach sferę kreowania marek - zwłaszcza osobistych i w przestrzeni online - z własnym zestawem narzędzi badawczych i komunikacyjnych. Na studiach II stopnia wyodrębniono specjalność branding i komunikacja marketingowa, koncentrującą się na pogłębionej refleksji nad teorią i praktyką projektowania marek oraz komunikacji marketingowej, w tym politycznej, oraz specjalność dziennikarstwo i nowe media, ukierunkowaną na badanie i krytyczną analizę form komunikacji cyfrowej, produkcji multimedialnej i nowych modeli dziennikarskich w erze cyfrowej. Dzięki tym zmianom kierunek w pełni realizuje swój ogólnoakademicki profil, rozwijając zarówno wiedzę teoretyczną, jak i umiejętności badawcze, a także przygotowując studentów i studentki do świadomego uczestnictwa w życiu publicznym oraz dalszej pracy naukowej.

Celem kształcenia jest przygotowanie studentów do świadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu społecznym poprzez rozwój kompetencji badawczych, komunikacyjnych i medialnych, które umożliwią im analizowanie, interpretowanie i współtworzenie współczesnego dyskursu publicznego. Studia mają za zadanie kształcić absolwentów w taki sposób, aby łączyli oni wiedzę teoretyczną z

praktycznymi umiejętnościami warsztatowymi, co pozwoli im funkcjonować zarówno w redakcjach prasowych, radiowych, telewizyjnych czy internetowych, jak i w obszarze public relations, brandingu czy marketingu politycznego. Kierunek nastawiony jest na wykształcenie osób, które, wyposażone w kompetencje krytyczne, językowe i kulturowe, potrafią odpowiedzialnie korzystać z nowych technologii komunikacyjnych, przeciwdziałać dezinformacji i twórczo reagować na dynamiczne zmiany w przestrzeni medialnej.

Absolwent posiada pogłębioną wiedzę o komunikacji społecznej i mediach, rozumie ich związki z innymi dyscyplinami humanistycznymi i społecznymi oraz potrafi wykorzystać tę interdyscyplinarną perspektywę w badaniu i wyjaśnianiu zjawisk współczesnej kultury i polityki. Ukończenie kierunku umożliwia opanowanie umiejętności tworzenia, redagowania i analizowania różnorodnych form dziennikarskich i komunikacyjnych, z równoczesnym wykorzystaniem zaawansowanych narzędzi cyfrowych, metod badawczych oraz języków obcych na poziomie B2/B2+ (w zależności od stopnia studiów). Absolwent rozwija kompetencje społeczne, dzięki którym potrafi krytycznie oceniać przekazy medialne, podejmować odpowiedzialne decyzje zawodowe zgodnie z zasadami etyki oraz pełnić aktywną rolę w społeczeństwie - inspirując debatę publiczną, inicjując działania obywatelskie i kreując nowe modele komunikowania.

1.1. Powiązanie koncepcji kształcenia z misją i głównymi celami strategicznymi uczelni

Koncepcja kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowi bezpośrednią realizację misji Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu oraz priorytetów wyznaczonych w Strategii UMK na lata 2021–2026. Misja Uczelni – zakorzeniona w idei klasycznego uniwersytetu i w odpowiedzialności za rozwiązywanie wyzwań cywilizacyjnych – wskazuje, że kształcenie ma prowadzić do wychowania ludzi mądrych, twórczych, zaradnych i odpowiedzialnych społecznie. Kierunek odpowiada na to zadanie, kształcąc specjalistów w obszarze komunikacji, którzy łączą kompetencje intelektualne z umiejętnościami społecznymi, emocjonalnymi i cyfrowymi, niezbędnymi do świadomego uczestnictwa w życiu publicznym.

Program studiów I i II stopnia został opracowany w ścisłej zgodzie z celem strategicznym Uczelni, jakim jest powiązanie treści kształcenia z wyzwaniami przyszłości, potrzebami społeczeństwa i rynku pracy. W odpowiedzi na dynamiczne procesy technologiczne i kulturowe w programie znalazły się m.in. takie przedmioty jak sztuczna inteligencja, dezinformacja i jej przeciwdziałanie, startup medialny czy branding medialny. Dzięki temu absolwenci są przygotowani do funkcjonowania w środowisku, w którym rozwój technologii cyfrowych oraz przemiany w sferze komunikacji stanowią równocześnie szansę i wyzwanie.

Strategiczny obszar Nauka realizowany jest poprzez stałe włączanie wyników badań pracowników Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa do programu kształcenia. Studenci uczestniczą w zajęciach opartych na projektach badawczych, uczą się stosowania metod ilościowych i jakościowych w medioznawstwie, a także rozwijają umiejętność krytycznego analizowania dyskursu publicznego. Oznacza to, że kształcenie nie jest oderwane od aktualnych badań, lecz z nimi integralnie związane, co wpisuje się w strategiczny cel zwiększania międzynarodowej atrakcyjności i jakości badań UMK.

W zakresie strategicznego obszaru Kształcenie, kierunek odpowiada na priorytet personalizacji i indywidualizacji ścieżek rozwoju studentów. Już na etapie studiów I stopnia kandydaci mogą wybierać spośród specjalności dziennikarstwo i nowe technologie oraz public relations i budowanie marki, natomiast na studiach II stopnia program zapewnia pogłębioną specjalizację badawczą i zawodową. W

procesie dydaktycznym stosowane są metody projektowe, warsztatowe i problemowe, które pozwalają studentom kształtować własną ścieżkę edukacyjną – np. poprzez projekty zespołowe, indywidualne badania, przygotowanie autorskich form dziennikarskich czy udział w inicjatywach społecznych. Indywidualizacja kształcenia przejawia się również w możliwości realizowania projektów w ramach tutoringu akademickiego, praktyk zawodowych dostosowanych do zainteresowań oraz uczestnictwa w programach mobilności Erasmus+.

Oczekiwania wobec kandydatów – otwartość, ciekawość świata, gotowość do krytycznego myślenia i pracy zespołowej – są spójne z misją UMK, która zakłada wychowanie absolwentów wrażliwych na problemy społeczne i gotowych do pełnienia ról obywatelskich. Z kolei sam proces kształcenia realizuje strategiczny cel Relacje, integrując studentów z otoczeniem społeczno-gospodarczym: program zawiera komponent praktyk w redakcjach, agencjach PR i instytucjach kultury, a także projekty realizowane na rzecz lokalnych społeczności. Tym samym studenci uczą się odpowiedzialności społecznej i roli komunikacji w budowaniu dobra wspólnego.

Koncepcja kształcenia jest też zgodna z obszarem strategicznym Ludzie. Studia prowadzone są w atmosferze otwartości i inkluzywności – zajęcia warsztatowe, mentoring oraz praca w interdyscyplinarnych zespołach pozwalają każdemu studentowi znaleźć własne miejsce i rozwijać mocne strony. Szczególną rolę odgrywa tu personalizacja ścieżek dydaktycznych: możliwość wyboru seminariów i tematów prac dyplomowych zgodnych z indywidualnymi zainteresowaniami, a także wsparcie opiekunów naukowych i dydaktycznych.

Wreszcie, kierunek wpisuje się w strategiczny obszar Zarządzanie, ponieważ jego program powstaje w oparciu o cykliczny monitoring jakości kształcenia i ewaluację efektów uczenia się. Proces ten angażuje zarówno nauczycieli, jak i studentów, co gwarantuje dostosowywanie treści dydaktycznych do zmieniających się potrzeb rynku pracy i oczekiwań społecznych.

Podsumowując, kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UMK w sposób spójny realizuje misję i cele strategiczne Uczelni: łączy badania naukowe z dydaktyką, odpowiada na wyzwania przyszłości i rynku pracy, a dzięki personalizacji i prostudenckiemu podejściu zapewnia indywidualizację ścieżek rozwoju. Absolwenci kierunku stają się nie tylko kompetentnymi specjalistami, lecz także świadomymi obywatelami, którzy potrafią twórczo, odpowiedzialnie i etycznie działać w zmieniającym się świecie mediów i komunikacji.

1.2. Związek kształcenia z prowadzoną w uczelni działalnością naukową

Koncepcja programu studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna rozwija się w bezpośrednim związku z działalnością naukową kadry i odpowiada na misję UMK jako uczelni badawczej. Dorobek wykładowców w zakresie medioznawstwa, komunikacji, socjologii i politologii wzbogaca treści programowe, a wyniki badań – od analiz dyskursu po innowacje w komunikacji cyfrowej – są systematycznie włączane do procesu dydaktycznego, zapewniając jego aktualność i spójność z potrzebami współczesnego społeczeństwa.

- prof. dr hab. Marek Jeziński, kierownik KKMID oraz dyrektor IBK, wnosi do programu wiedzę z socjologii, politologii, kultury popularnej i metodologii badań. Jego badania nad mową nienawiści, dziennikarstwem muzycznym i transformacją zawodu dziennikarza znajdują odbicie w zajęciach z socjologii, antropologii kultury i metodologii, kształcąc kompetencje analityczne i krytyczne studentów.

- dr hab. Wiesław Waclawczyk, prof. UMK specjalizuje się w problematyce wolności słowa i praw człowieka, jest autorem pięciu monografii w języku angielski, a jako członek międzynarodowej sieci Freedom of Thought Academic Research Network wnosi do dydaktyki aktualne wątki badań nad wolnością myśli. Łączy perspektywę akademicką z praktycznym doświadczeniem pracy w Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka i współpracy z OBWE, przygotowując studentów do krytycznej analizy relacji między mediami a prawami człowieka.
- dr hab. Barbara Brodzińska-Mirowska, prof. UMK, specjalizuje się w komunikacji politycznej, PR i zarządzaniu reputacją. Jej badania nad wpływem nowych technologii na komunikację polityczną oraz udział w projektach badawczych (m.in. PODTRUST) pozwalają studentom rozwijać myślenie strategiczne, umiejętności zespołowe i świadomość zagrożeń związanych z dezinformacją.
- dr hab. Aleksandra Seklecka, prof. UMK, prowadzi badania nad dziennikarzami wojennymi, dyskursem medialnym i inwigilacją. Wykorzystuje je w zajęciach z metod i pracowni badań medioznawczych, rozwijając kompetencje badawcze studentów potrzebne w pracy naukowej i zawodowej.
- dr hab. Magdalena Mateja, prof. UMK naukowo zajmuje się m.in. badaniem dyskursu medialnego o wojnie w Ukrainie, emocjonalizacji kampanii wyborczych czy dehumanizacji w przekazach politycznych, ukazując, jak media kształtują debatę publiczną. W ramach zajęć, zarówno w j. polskim, jak i angielskim, łączy metody aktywizujące, projekty badawcze i refleksję nad praktyką dziennikarską, a opieka nad licznymi pracami dyplomowymi świadczy o jej zaangażowaniu w rozwój młodych badaczy.
- dr Łukasz Wojtkowski łączy działalność akademicką z praktyką w komunikacji marketingowej, brandingowej i innowacjach. Koordynacja projektów B+R i doświadczenie w startupach znajdują odzwierciedlenie w zajęciach takich jak Branding medialny czy Startup kreatywny, kształtując przedsiębiorczość i zdolność adaptacji do zmian w środowisku medialnym.
- dr hab. Iwona Massaka, prof. UMK bada przemiany kulturowe i mediatyzację życia społecznego. Prowadzi zajęcia z komunikacji międzykulturowej i stylistyki praktycznej, wzmacniając przygotowanie studentów do pracy w międzynarodowych i zróżnicowanych kulturowo środowiskach.
- dr Zuzanna Wesołowska wykorzystuje doświadczenie zdobyte w ogólnopolskim serwisie informacyjnym do prowadzenia zajęć z warsztatu dziennikarskiego i zarządzania projektami w mediach. Łączy teorię z praktyką, przygotowując studentów do pracy w redakcjach internetowych i nowoczesnych mediach cyfrowych.
- mgr Olga Wadowska pracuje nad rozprawą doktorską na temat algorytmów platform streamingowych i ich wpływu na kształtowanie gustów muzycznych oraz praktyk odbiorczych. Dzięki temu studenci zdobywają wiedzę o roli algorytmizacji w kształtowaniu współczesnej kultury medialnej. Jej prawie 20-letnie doświadczenie w pracy w mediach i marketingu przekłada się z kolei na praktyczne i aktualne zagadnienia poruszane na zajęciach m.in. z Promocji i reklamy czy Językowych technik oddziaływania na odbiorcę
- mgr Katarzyna Prętkowska jest dziennikarką radiową i telewizyjną związaną z TVP3 Bydgoszcz, Polskim Radiem PiK i prasą regionalną, autorka programów „Raport Naukowy” (TVP Nauka) i „A to historia” (TVP3). Jako opiekunka praktyk studenckich rozwija współpracę z mediami regionalnymi i ogólnopolskimi, dzięki czemu kształcenie na kierunku ściśle łączy się z praktyką zawodową i aktualnymi wyzwaniami rynku medialnego.

Koncepcję kształcenia wspierają także pracownicy spoza Katedry:

- prof. dr hab. Roman Bäcker – badania nad systemami politycznymi i autorytaryzmem wspierają zajęcia z publicystyki politycznej.
- prof. dr hab. Adam Adamski – doświadczenie w fotografii artystycznej i filmie wzbogaca warsztat multimedialny studentów.
- dr hab. Marcin Jaranowski, prof. UMK – etyka i filozofia w komunikacji rozwijają świadomość etyczną.
- dr hab. Wojciech Peszyński, prof. UMK – marketing polityczny i mediatyzacja polityki wprowadzają studentów w realia komunikacji politycznej.
- dr Beata Stachowiak-Panske, prof. UMK – specjalizacja w bezpieczeństwie informacyjnym i nowych technologiach odpowiada na wyzwania związane z AI i dezinformacją.
- dr Agnieszka Furmańska-Maruszak – łączy socjologię organizacji z praktyką coachingu, wzmacniając kompetencje miękkie i zespołowe.
- dr inż. Mariusz Jarocki – zajęcia z grafiki komputerowej, AI i dezinformacji rozwijają cyfrowe umiejętności studentów.
- dr Beata Królicka – badania nad dyskursem i emocjami w mediach wspierają zajęcia z analizy mediów i języka mediów.
- dr Tomasz Leszniewski – badania nad tożsamością i adaptacją wzmacniają zajęcia z psychologii społecznej.
- dr Marcin Leźnicki – etyka dziennikarska i bioetyka rozwijają odpowiedzialność zawodową.
- dr Paweł Marzec – doświadczenie w analityce internetowej wspiera zajęcia z projektowania stron WWW i komunikacji cyfrowej.
- dr Michał Piechowicz – badania nad bezpieczeństwem i relacjami międzynarodowymi rozwijają zajęcia z public affairs.
- dr hab. Maciej Siwicki, prof. UMK – specjalizacja w prawie nowych technologii uzupełnia program o perspektywę prawną funkcjonowania mediów.

Tak szeroka i interdyscyplinarna kadra sprawia, że koncepcja kształcenia jest stale rozwijana w oparciu o badania naukowe, a jednocześnie elastyczna i otwarta na wyzwania współczesnego rynku mediów, PR i komunikacji społecznej.

Dzięki doświadczeniu i wiedzy kadry, program studiów łączy teorię z praktyką, naukę z doświadczeniem badawczym i zawodowym. Uczestnictwo w projektach badawczych, warsztatach, zajęciach praktycznych i dydaktyce interdyscyplinarnej umożliwia studentom rozwijanie kompetencji komunikacyjnych, krytycznych, badawczych i etycznych. W ten sposób absolwenci kierunku są przygotowani do pracy w dynamicznym środowisku medialnym, komunikacyjnym i społecznym, wyposażeni zarówno w wiedzę teoretyczną, jak i praktyczne umiejętności, które pozwalają im skutecznie funkcjonować w zawodzie.

Celem jest również coraz szerszy udział zewnętrznych ekspertów-praktyków w dziedzinach stanowiących wycinek treści programowych - tak, aby studenci i studentki mogli poznać praktyczną, rynkową stronę zagadnień poruszanych na zajęciach. W ten sposób udało się nam zaprosić m.in. projektantów graficznych, specjalistkę od reżyserii wideo reklamowego, specjalistkę od fotografii reklamowej czy wydawcę serwisu internetowego. W planach mamy zapraszanie do tego typu jednorazowego udziału w zajęciach specjalistów i specjalistek z różnych dziedzin, w tym również absolwentów i absolwentki naszego kierunku (szerzej opisanych w kryterium 1.3.).

W latach 2020-2025 kadra Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa przeszła kilka zmian kadrowych, których kierunek zgodny jest zarówno z koncepcją kształcenia, jak i potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego oraz działalnością naukową:

- awanse: dr Barbara Brodzińska-Mirowska obroniła kolokwium habilitacyjne oraz uzyskała tytuł profesora uczelni
- zatrudnienia:
 - mgr Katarzyn Prętkowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego oraz dziennikarkę TVP Bydgoszcz (etat dydaktyczny)
 - mgr Olgę Wadowską, specjalistkę z zakresu mediów, komunikacji marketingowej, brandingu i copywritingu, prowadzącą firmę oferującą ww. usługi (etat badawczo-dydaktyczny)
 - dr Zuzannę Wesołowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa internetowego i zarządzania mediami elektronicznymi, dyrektora wydawniczą portalu Donald.pl (etat dydaktyczny)

Plany i aktywności nowo zatrudnionych pracowników, dr. Zuzanny Wesołowskiej oraz mgr. Olgi Wadowskiej, również pokazują związek kształcenia z prowadzoną w uczelni działalnością naukową:

- książka habilitacyjna Zuzanny Wesołowskiej będzie koncentrować się na roli mediów społecznościowych w kształtowaniu nowych, niekonwencjonalnych form zaangażowania obywatelskiego. Autorka podejmie analizę zjawisk clicktywizmu i slacktywizmu, a także współczesnych form aktywności politycznej poza tradycyjnym modelem uczestnictwa, takich jak protesty online, petycje internetowe, akcje hashtagowe czy symboliczne gesty w postaci zmiany zdjęcia profilowego. Media społecznościowe zostaną ujęte jako główny kanał wyrażania postaw obywatelskich, a badania skupią się na dynamice i efektywności tych form mobilizacji. Projekt ten wpisuje się w dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach i pozwoli włączyć studentów w analizy empiryczne nad przemianami współczesnego uczestnictwa politycznego w sferze cyfrowej. Przewidywany czas kolokwium habilitacyjnego to 2028 rok.
- przygotowywana dysertacja mgr Olgi Wadowskiej koncentruje się na relacji człowieka z muzyką w epoce algorytmizacji i cyfrowych platform streamingowych, ze szczególnym uwzględnieniem serwisu Spotify. Punktem wyjścia jest pytanie o to, czy odbiorca pozostaje „słuchaczem”, czy raczej staje się „użytkownikiem”, którego wybory kształtowane są przez algorytmy rekomendacyjne. Analizie poddawane są przemiany w sposobach konsumpcji muzyki – od tradycyjnych nośników po playlisty tworzone przez sztuczną inteligencję – oraz ich wpływ na budowanie gustu, tożsamości i wrażliwości kulturowej. Projekt badań wpisuje się w dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach, a jego wyniki pozwolą wzbogacić zajęcia z medioznawstwa i kultury cyfrowej o refleksję nad tym, jak technologia przekształca relacje między twórcami, odbiorcami i samym medium.

1.3. Zgodność koncepcji kształcenia z potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego

Koncepcja kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna pozostaje w ścisłym związku z potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego, a jej doskonalenie odbywa się we współpracy z szerokim gronem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych. Toruń, jako średniej wielkości miasto o silnej pozycji w regionie i doskonale rozpoznawalne w całym kraju, stanowi naturalne zaplecze edukacyjne i praktyczne dla tego kierunku: organizowane tu wydarzenia o randze

międzynarodowej (Festiwałe Tofifest, Camerimage, Kontakt, Skyway) i krajowej (Festiwałe Jo, Nada, Toruński Festiwal Książki, Konferencje biznesowe Firma Przyszłości i Grafcon), oraz lokalne instytucje kultury, media i przedstawiciele biznesu tworzą unikatowe środowisko do kształcenia specjalistów w zakresie dziennikarstwa kulturowego, promocji wydarzeń oraz marketingu miejskiego. Podpisane porozumienia z partnerami - m.in. Telewizją Polską, Radiem Pomorza i Kujaw, Książnicą Kopernikańską, Dworem Artusa, Międzynarodowym Festiwalem Filmowym Tofifest oraz Stowarzyszeniem Lokomotywa Biznesu - obejmują współpracę w doskonaleniu programów kształcenia, opiniowaniu efektów uczenia się, organizacji praktyk studenckich oraz wspólnych projektach badawczo-edukacyjnych. Dzięki temu studenci i studentki mają możliwość uczestniczenia w realnych inicjatywach medialnych, kulturalnych oraz biznesowych, co odpowiada na rosnące zapotrzebowanie rynku pracy na specjalistów w obszarze komunikacji, promocji kultury i event marketingu.

Jednocześnie obserwowane przeobrażenia w krajobrazie medialnym, takie jak dezinformacja, rozwój i wszechobecność użytkowania sztucznej inteligencji, redefinicja roli dziennikarza i instytucji autorytetu - sprawiają, że konieczne stało się uwzględnienie w programie zajęć dotyczących fact-checkingu, wpływu algorytmizacji i mediatyzacji, politycznych aspektów komunikacji oraz mechanizmów marketingu politycznego. Dodanie do programu studiów takich zajęć jak Media a polityka, Marketing polityczny czy Kampanie wyborcze na świecie wzmacnia profil ogólnoakademicki kierunku, pozwalając studentom nie tylko analizować procesy komunikacyjne, lecz także krytycznie badać relacje między mediami, polityką i społeczeństwem. W ten sposób kształcenie w ramach naszego kierunku nie ogranicza się do przygotowania praktyków, ale tworzy absolwentów zdolnych do diagnozowania i interpretowania zjawisk współczesnej komunikacji w sposób rzetelny, interdyscyplinarny i odpowiadający na wyzwania życia publicznego.

Kierunek odpowiada na oczekiwania regionalnego rynku mediów, instytucji kultury i organizacji społecznych, a jednocześnie uwzględnia trendy globalne, takie jak rozwój sztucznej inteligencji, cyfryzacja komunikacji czy rosnące znaczenie brandingów i marketingu internetowego, co pozwala naszym absolwentom i naszym absolwentkom na zatrudnienie w firmach o zasięgu krajowym czy międzynarodowym; a tym, którzy wybrali drogę freelancingu lub prowadzenia własnej firmy - współpracę z tymi podmiotami i realizowanie dla nich różnorodnych projektów.

W tym miejscu warto więc wspomnieć, że wśród absolwentów i absolwentek kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UMK znajdują się osoby pracujące w miejscach takich, jak:

- redakcje mediów ogólnopolskich i regionalnych: Eska, Goniec.pl, Portal Płock, Polska Press, CD-Action, TVP Bydgoszcz, Polskie Radio, ZAPA Stowarzyszenie Filmowców Polskich, Antyweb
- agencje reklamowe, PR-owe, marketingowe i brandingowe: WebTalk Agency, Independent Digital, Agencja Reklamowa DART, Agencja Wise People
- firmy z sektora MSP i dużych przedsiębiorstw: Neuca, Toruńska Wytwórnia Wódek, Jeronimo Martins, Terreano, RRMoto, Rutkowski Group, Tristar Cosmetics, TZMO,
- wydawnictwa i portale tematyczne: Świat Wyścigów, chojnice24.pl, znak.com.pl
- obszar freelancingu i działalności autorskiej: copywriting, fotografia, reportaże, marketing cyfrowy, marketing dla mikro-przedsiębiorstw

Zajmując stanowiska takie, jak:

- redaktor naczelny i redaktor funkcyjny
- dziennikarz i reporter prasowy, radiowy i internetowy

- fotoreporter i autor książek biograficznych
- specjalista i menedżer ds. PR i komunikacji
- copywriter i senior copywriter
- specjalista SEO i brand marketing manager
- marketing manager w sektorze MSP
- rzecznik prasowy
- ekspert ds. reklamy i promocji
- account manager

Wielu z absolwentów i absolwentek wybrało także ścieżkę założenia własnej firmy. Większość z nich skupia się na obszarach takich, jak:

- produkcja stron www
- strategie marketingowe i komunikacyjne
- marketing dla marek osobistych i mikroprzedsiębiorstw
- marketing korporacyjny i dla sektora MŚP
- influencer marketing

Silne osadzenie kierunku w regionie przejawia się w współpracy z lokalnymi mediami, samorządami i instytucjami kultury, które aktywnie uczestniczą w procesie kształcenia jako partnerzy praktyk, staży czy projektów społecznych. Równolegle program odpowiada na potrzeby ogólnopolskiego rynku pracy - absolwenci pracują w redakcjach mediów ogólnopolskich, w agencjach PR i reklamowych, a także w firmach z sektora MSP i dużych przedsiębiorstwach. Koncepcja kształcenia uwzględnia głos interesariuszy zewnętrznych, m.in. poprzez konsultacje programów zajęć z przedstawicielami branży medialnej, marketingowej i organizacji społecznych, a także wewnętrznych – dzięki aktywnemu udziałowi studentów i pracowników w cyklicznych ewaluacjach. Na poziomie programowym przejawia się to w wprowadzaniu nowych treści, takich jak przedmioty z zakresu dezinformacji, sztucznej inteligencji, start-upów medialnych czy branding. Dzięki temu kształcenie jest elastyczne, aktualne i odpowiadające na wyzwania dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. Program umożliwia studentom personalizację ścieżki kształcenia (wybór specjalności, indywidualne projekty, tutoring), co zwiększa ich szanse na zatrudnienie w obszarach odpowiadających własnym predyspozycjom. Interesariusze wewnętrzni i zewnętrzni mają realny wpływ na doskonalenie koncepcji kształcenia, co gwarantuje jej zgodność z aktualnymi trendami. Kierunek nie tylko wzmacnia kapitał społeczny i gospodarczy regionu kujawsko-pomorskiego, ale również przygotowuje absolwentów do pracy w globalnym, konkurencyjnym środowisku mediów i komunikacji.

1.4. Sylwetki absolwentów, przewidywane miejsca zatrudnienia

Sylwetka absolwenta/absolwentki studiów I stopnia

Studia I stopnia adresowane są do osób zainteresowanych mediami, kulturą i komunikacją społeczną, które chcą zdobyć zarówno solidne podstawy teoretyczne, jak i praktyczne umiejętności związane z funkcjonowaniem w dynamicznie zmieniającym się świecie mediów i komunikacji.

Absolwent/ka posiada gruntowną wiedzę o procesach komunikacji społecznej, systemach medialnych i kulturze, a także rozwinięty warsztat dziennikarski, obejmujący umiejętność tworzenia i redagowania różnorodnych form przekazu, od tekstów prasowych, przez materiały radiowe i telewizyjne, po treści cyfrowe i multimedialne. Potrafi analizować język i dyskurs medialny, rozpoznawać zjawiska dezinformacji i reagować na nie w sposób rzetelny i etyczny.

Umiejętności zdobyte w ramach specjalności Dziennikarstwo i nowe technologie:

- tworzenie i redagowanie tekstów prasowych, internetowych i agencyjnych.
- przygotowywanie materiałów radiowych i telewizyjnych (nagrania, montaż, emisja głosu)
- prowadzenie wywiadów i opracowywanie scenariuszy materiałów dokumentalnych
- projektowanie i prowadzenie stron internetowych (CMS, HTML podstawowy)
- tworzenie krótkich form dziennikarskich do social mediów
- realizacja krótkich reportaży prasowych, radiowych, internetowych i telewizyjnych.
- obsługa sprzętu dziennikarskiego (mikrofony, kamery, aparaty fotograficzne).
- opracowywanie materiałów multimedialnych (foto, wideo, podcasty).
- analiza wpływu nowych technologii na komunikację i praktyki medialne
- projektowanie i prezentowanie innowacyjnych produktów medialnych z wykorzystaniem metod design thinking, analizy rynku i strategii komunikacyjnych
- tworzenie i zarządzanie marką medialną

Umiejętności zdobyte w ramach specjalności Public relations i budowanie marki:

- planowanie i prowadzenie kampanii PR oraz komunikacyjnych
- tworzenie strategii brandingowych i wizerunkowych instytucji, organizacji i marek osobistych
- projektowanie i analiza komunikacji wizualnej (grafika, fotografia reklamowa, wideo reklamowe)
- prowadzenie działań rzecznika prasowego (kontakty z mediami, komunikaty)
- tworzenie treści promocyjnych i sprzedażowych (copywriting, naming)
- tworzenie treści promocyjnych i reklamowych (teksty reklamowe, slogany, narracje)
- znajomość oraz stosowanie technik marketingu politycznego i komunikacji politycznej
- przygotowanie i realizacja projektów promocji instytucji publicznych, kultury oraz wydarzeń komercyjnych
- prowadzenie badań brandingowych i analiz wizerunkowych
- tworzenie, komunikowanie i obsługa start-upów w zakresie PR i branding
- stosowanie technik perswazji i rozpoznawanie manipulacji w reklamie
- zarządzanie sytuacją kryzysową w komunikacji

Miejsca zatrudnienia absolwentów i absolwentek:

- redakcje prasowe, radiowe, telewizyjne i internetowe (np. dzienniki, portale informacyjne, lokalne stacje radiowe i TV).
- portale internetowe i platformy multimedialne (tworzenie i redagowanie treści cyfrowych, podcastów, materiałów wideo)
- działy komunikacji, zespoły social media i content marketingu w firmach oraz organizacjach (tworzenie treści dziennikarskich i promocyjnych do social mediów)
- agencje marketingowe i reklamowe zajmujące się realizacją materiałów multimedialnych
- startupy medialne i projekty cyfrowe (np. rozwój nowych formatów, aplikacji i serwisów informacyjnych)
- działy komunikacji instytucji publicznych i organizacji pozarządowych, instytucje kultury i ośrodki promocji wydarzeń kulturalnych

Sylwetka absolwenta II drugiego stopnia

Studia II stopnia skierowane są do osób, które chcą pogłębić wiedzę teoretyczną i analityczną z zakresu komunikacji społecznej i mediów, a także rozwijać umiejętności badawcze i strategiczne, pozwalające na samodzielne diagnozowanie procesów komunikacyjnych i kierowanie złożonymi projektami medialnymi i wizerunkowymi.

Absolwent/ka studiów II stopnia dysponuje zaawansowaną wiedzą z zakresu medioznawstwa, komunikologii i teorii komunikacji, a także umiejętnościami prowadzenia badań naukowych i projektowania strategii komunikacyjnych. Potrafi samodzielnie analizować i interpretować złożone zjawiska komunikacyjne, zarządzać projektami z obszaru brandingu i komunikacji marketingowej, w tym politycznej, a także wykorzystywać najnowsze technologie w pracy dziennikarskiej i komunikacyjnej. W ramach specjalności Branding i komunikacja marketingowa rozwija kompetencje związane z tworzeniem i zarządzaniem markami oraz strategiczną komunikacją organizacyjną i polityczną. Z kolei specjalność Dziennikarstwo i nowe media kładzie nacisk na krytyczną analizę form komunikacji cyfrowej, produkcję multimedialną i rozwój nowych modeli dziennikarskich w epoce cyfrowej.

Choć praktyki na II stopniu studiów nie są obowiązkowe, absolwenci korzystają z doświadczeń zdobytych na I stopniu, a także z aktywności w kołach naukowych (Koło Naukowe PR-u i Brandingu, Koło Naukowe Dziennikarstwa Internetowego i Zarządzania Mediami) czy w projektach badawczych realizowanych przez kadrę. Aktywne uczestnictwo w konferencjach, publikacjach naukowych i seminariach pozwala im rozwijać potencjał badawczy i przygotowywać się zarówno do pracy w instytucjach publicznych, kulturalnych czy biznesowych, jak i do podjęcia dalszej kariery naukowej.

Umiejętności zdobyte w ramach specjalizacji Dziennikarstwo i nowe media:

- krytyczna analiza języka i gatunków mediów cyfrowych
- tworzenie i adaptowanie formatów medialnych do internetu
- projektowanie i realizacja treści graficznych dla nowych mediów
- produkcja materiałów wideo i multimedialnych (w tym relacje na żywo i streaming)
- przygotowanie i prowadzenie podcastów (kwestie strategiczne i techniczne)
- zarządzanie bezpieczeństwem informacyjnym w redakcjach i projektach online
- redagowanie i publikowanie treści w platformach cyfrowych
- tworzenie projektów badawczych w obszarze mediów cyfrowych
- wykorzystanie narzędzi analitycznych do badania odbiorców mediów internetowych

Umiejętności zdobyte w ramach specjalizacji Branding i komunikacja marketingowa:

- projektowanie i wdrażanie strategii komunikacji marketingowej
- prowadzenie badań i analiz wizerunku marki
- tworzenie strategii w e-commerce (marketing cyfrowy, kampanie online)
- organizacja i zarządzanie kampaniami wyborczymi
- prowadzenie komunikacji kryzysowej w organizacjach
- zarządzanie komunikacją online (media społecznościowe, tworzenie i planowanie publikacji kontentu, dobór formatów)
- tworzenie strategii komunikacyjnych i brandingowych dla instytucji, firm i marek osobistych
- tworzenie strategii komunikacyjnych dla partii politycznych
- tworzenie zintegrowanych projektów medialnych (offline + online)

Miejsca zatrudnienia absolwentek i absolwentów:

- redakcje internetowe i multimedialne (tworzenie i redagowanie treści cyfrowych, prowadzenie serwisów informacyjnych i portali tematycznych)
- agencje produkcji multimedialnej (realizacja materiałów wideo, podcastów i projektów streamingowych)
- działy komunikacji i content marketingu w firmach i organizacjach
- firmy technologiczne i start-upy
- ośrodki badawcze i think tanki medialne
- agencje kreatywne (projektowanie i wdrażanie strategii komunikacyjnych i wizerunkowych, tworzenie materiałów promocyjnych)
- działy PR i marketingu w dużych przedsiębiorstwach i instytucjach publicznych
- agencje marketingu politycznego i sztaby wyborcze
- firmy e-commerce i agencje digitalowe (tworzenie i realizacja strategii komunikacji online oraz kampanii sprzedażowych)
- organizacje pozarządowe i instytucje kultury, agencje eventowe

1.5. Cechy wyróżniające koncepcję kształcenia

Koncepcja kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna opiera się na ścisłym powiązaniu dydaktyki z aktualnymi badaniami naukowymi prowadzonymi w ramach dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach. Dzięki temu studenci mają dostęp do najnowszej wiedzy, metod i narzędzi badawczych, a sam proces kształcenia pozostaje w stałym dialogu z osiągnięciami nauki. Program został zaprojektowany tak, by harmonijnie łączyć solidne podstawy teoretyczne z praktyką – obok zajęć akademickich realizowane są warsztaty prowadzone we współpracy z redakcjami, instytucjami kultury i organizacjami społecznymi oraz innowacyjne kursy odpowiadające na wyzwania współczesności, takie jak dezinformacja, sztuczna inteligencja czy komunikacja polityczna.

Profil ogólnoakademicki kierunku sprzyja rozwijaniu kompetencji badawczych – studenci angażowani są w projekty naukowe, współtworzą publikacje, uczestniczą w konferencjach i działają w kołach naukowych, dzięki czemu proces uczenia się staje się jednocześnie praktyką badawczą. Silnym atutem jest też systematyczna współpraca z interesariuszami zewnętrznymi – od redakcji prasowych i stacji telewizyjnych, przez instytucje kultury, po organizacje pozarządowe – która otwiera studentom możliwość odbywania praktyk i udziału w projektach o znaczeniu lokalnym, krajowym i międzynarodowym.

Interdyscyplinarność programu sprawia, że wiedza z medioznawstwa, socjologii, nauk politycznych czy kulturoznawstwa pozwala absolwentom krytycznie analizować procesy komunikacyjne w szerokim kontekście społecznym. Wyróżnikiem kierunku jest również rozbudowana oferta zajęć w języku angielskim oraz doświadczenia międzynarodowe kadry, zdobywane w czołowych ośrodkach akademickich Europy, co przekłada się na rozwój kompetencji językowych i kulturowych studentów.

W efekcie wypracowany został model kształcenia, który łączy misję akademicką z praktycznym przygotowaniem do pracy zawodowej: kształci specjalistów zdolnych do prowadzenia badań, świadomego uczestnictwa w życiu publicznym i twórczego reagowania na wyzwania współczesnego świata mediów. To podejście może być traktowane jako przykład dobrej praktyki w skali krajowej – łączącej rzetelną refleksję naukową z praktycznym przygotowaniem do odpowiedzialnej pracy w dynamicznie zmieniającej się rzeczywistości komunikacyjnej.

- Barbara Brodzińska-Mirowska, doktor habilitowana nauk o komunikacji społecznej i mediach (2024), od lat rozwija badania nad komunikacją polityczną, zarządzaniem reputacją i wpływem nowych technologii na życie publiczne. Jej dorobek naukowy obejmuje prestiżowe publikacje, takie jak współautorski artykuł *Inwigilacja a prywatność. Dyskursy o systemie Pegasus w wybranych mediach* opublikowany w „Zeszytach Prasoznawczych” (2024), a także realizację projektów badawczych finansowanych przez NCN i międzynarodowe konsorcja. W szczególności współtworzyła konsorcjum UMK i Uniwersytetu Wrocławskiego w projekcie SONARA BIS, a obecnie reprezentuje UMK w międzynarodowym projekcie PODTRUST (T-AP DGT, NCN), badającym potencjał technologii cyfrowej i zaufania w kontaktach online. Jej osiągnięcia zostały docenione wyróżnieniami Rektora UMK za działalność naukową (2022, 2023). Badania te wprost przekładają się na program studiów – zajęcia z komunikacji politycznej, zarządzania reputacją czy komunikacji kryzysowej są oparte na aktualnych wynikach projektów, dzięki czemu studenci rozwijają kompetencje krytyczne, badawcze i praktyczne, a także uczą się przeciwdziałać dezinformacji w warunkach nowoczesnego rynku mediów.
- Łukasz Wojtkowski, doktor nauk o polityce, łączy aktywność akademicką z doświadczeniem w obszarze innowacji i startupów. Jego publikacje, m.in. rozdział w międzynarodowym tomie *Hipster culture: transnational and intersectional perspectives* (Bloomsbury, 2021), wpisują się w interdyscyplinarne badania nad kulturą cyfrową i mediami. W ostatnich latach był zaangażowany w liczne projekty badawczo-rozwojowe finansowane ze środków krajowych i europejskich: od DigitalH (NCBR) po QSoMe (NCBR), a także granty dotyczące innowacyjnych usług cyfrowych, jak platformy SaaS dla sektora sportu (FENG, 2024–2026) czy aplikacje wspierające seniorów (FEDS, 2025–2027). Pełnił też rolę eksperta i koordynatora w ramach europejskich inicjatyw, m.in. YUFE i Copernicus Startup Labs. Te doświadczenia badawcze i wdrożeniowe są bezpośrednio wykorzystywane w dydaktyce – prowadzone przez niego zajęcia z brandingu medialnego, innowacji i komunikacji strategicznej kształtują u studentów umiejętność łączenia wiedzy akademickiej z praktyką rynkową oraz kompetencje przedsiębiorcze, cenione na współczesnym rynku pracy.
- Wiesław Waclawczyk, doktor nauk humanistycznych, wnosi do programu perspektywę prawną i filozoficzną, koncentrując się na problematyce wolności myśli i wolności słowa. Jego książka *Freedom of Thought and Its Relation to Freedom of Expression* (Wydawnictwo UMK, 2019) została dostrzeżona w międzynarodowym środowisku badawczym i stała się punktem odniesienia w ramach Freedom of Thought Academic Research Network, zainicjowanej na Uniwersytecie w Hamburgu. Udział w tej sieci od 2022 roku potwierdza międzynarodową rangę prowadzonych badań i umożliwia ich włączanie do procesu dydaktycznego. Studenci, uczestnicząc w zajęciach z prawa mediów i etyki, uczą się analizować współczesne wyzwania związane z wolnością komunikowania się, dzięki czemu nabywają kompetencje badawcze i etyczne przygotowujące ich do świadomego uczestnictwa w debatach publicznych.
- Iwona Massaka, doktor habilitowana nauk humanistycznych, prowadzi badania nad przemianami kulturowymi i komunikacją w ujęciu międzykulturowym. Jej artykuł *Signals of adaptive social readiness as a cornerstone and a driving force of Russian authoritarianism* opublikowany w „Nowej Polityce Wschodniej” (2019) został osadzony w szerszych projektach międzynarodowych – uczestniczyła m.in. w przedsięwzięciach badawczych poświęconych rosyjskim i wschodnioazjatyckim przemianom społecznym, współorganizowanych przez ośrodki akademickie w Ałmacie (2019). Doświadczenie z takich inicjatyw znajduje swoje

odzwierciedlenie w dydaktyce, zwłaszcza w zajęciach z komunikacji międzykulturowej i mediatyzacji życia społecznego. Studenci rozwijają dzięki nim umiejętność analizy dyskursów kulturowych, a także przygotowanie do funkcjonowania w środowisku międzynarodowym, co wpisuje się w strategiczne cele umiędzynarodowienia kształcenia.

- Aleksandra Seklecka, doktor habilitowana nauk o komunikacji społecznej i mediach, rozwija badania nad dyskursem medialnym, w tym nad tematyką inwigilacji i prywatności. Jej współautorski artykuł z Barbarą Brodzińską-Mirowską, *Inwigilacja a prywatność: dyskursy o systemie Pegasus w wybranych mediach* („Zeszyty Prasoznawcze”, 2024), stanowi przykład badań o wysokim znaczeniu społecznym i naukowym. Wyniki tych badań są bezpośrednio włączane do zajęć z metodologii badań medioznawczych i analizy dyskursu, co daje studentom możliwość rozwijania kompetencji badawczych w praktyce. Dzięki temu studenci nie tylko uczą się stosowania narzędzi badawczych, ale też są przygotowani do krytycznej analizy mechanizmów dezinformacji i komunikacji w kontekście współczesnych zagrożeń społecznych.

Wspomniane w kryterium 1.2. habilitacja dr Zuzanny Wesołowskiej - podejmująca temat nowych form zaangażowania obywatelskiego w mediach społecznościowych, takich jak clicktywizm, slacktywizm czy protesty online oraz badająca dynamikę i skuteczność cyfrowych form mobilizacji. Praca doktorska mgr Olgi Wadowskiej - poświęcona analizie, jak algorytmy platform streamingowych (na przykładzie Spotify) wpływają na przemiany gustu muzycznego i praktyk odbiorczych - również wpisują się w cechy wyróżniające koncepcję kształcenia realizowaną na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna poprzez popularyzację najnowszych trendów badawczych w dydaktyce, rozwijanie kompetencji analitycznych studentów oraz łączenie refleksji nad mediami cyfrowymi z praktyką akademicką i obywatelską.

1.6. Kluczowe kierunkowe efekty uczenia się

Kluczowe kierunkowe efekty uczenia się na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna pozostają w ścisłym związku z jego koncepcją, profilem ogólnoakademickim oraz przyporządkowaniem do dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach. Absolwenci zdobywają uporządkowaną, interdyscyplinarną wiedzę o procesach komunikacji społecznej, systemach medialnych i roli języka, co pozwala im rozumieć i krytycznie analizować wpływ mediów na kulturę, politykę i życie społeczne. Rozwijane umiejętności obejmują nie tylko tworzenie i interpretowanie różnorodnych form przekazu, lecz także wykorzystywanie metod badawczych i narzędzi analitycznych, co jest spójne z akademickim charakterem studiów i nastawieniem na refleksję teoretyczną. Kompetencje społeczne - takie jak odpowiedzialność etyczna, zdolność krytycznej oceny informacji, świadomość wyzwań związanych z dezinformacją i sztuczną inteligencją - wzmacniają z kolei misję kierunku, by kształcić specjalistów przygotowanych do świadomego uczestnictwa w życiu publicznym i tworzenia nowych modeli komunikowania. Tym samym kierunek nie tylko odpowiada na zapotrzebowania rynku pracy i społeczeństwa, lecz także wypełnia istotną funkcję naukową w ramach dyscypliny, badając i ucząc, jak komunikacja kształtuje współczesny świat.

Zalecenia dotyczące kryterium 1 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 1 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	W opisie efektów kształcenia dla studiów I stopnia należy usunąć określenia typu „podstawowa” czy „elementarna” wiedza, bo zgodnie ze Zintegrowanym Systemem Kwalifikacji oraz Polską Ramą Kwalifikacji ten rodzaj wiedzy jest zdobywany na wcześniejszym poziomie edukacji.	uchwałą Senatu UMK z 24 września 2020 roku zmieniono programy i plany studiów, w których usunięto określenia, które odpowiadałyby niższemu poziomowi kształcenia. Zmiany w programach i planach studiów, które uchwalono w czerwcu 2025 roku nadal spełniają to kryterium.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 1:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to ciągłe dostosowywanie koncepcji kształcenia do dynamicznych przemian na rynku medialnym. Przykładem jest wprowadzenie w programie studiów treści dotyczących sztucznej inteligencji, dezinformacji i algorytmizacji.

Działania, które uznajemy za godne naśladowania to silne powiązanie dydaktyki z działalnością naukową. Studenci i studentki są aktywnie włączani w tworzenie wiedzy poprzez udział w konferencjach i publikacjach naukowych, co jest spójne z profilem uczelni badawczej.

Praktyki unikatowe, w naszej ocenie, to personalizacja ścieżek edukacyjnych, co pozwala studentom kształtować własny rozwój, a także angażowanie studentów w projekty badawcze realizowane przez kadre, co bezpośrednio łączy teorię z praktyką.

Kryterium 2. Realizacja programu studiów: treści programowe, harmonogram realizacji programu studiów oraz formy i organizacja zajęć, metody kształcenia, praktyki zawodowe, organizacja procesu nauczania i uczenia się

2.1. Dobór kluczowych treści kształcenia

Dobór kluczowych treści kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna pozostaje w ścisłym związku z wynikami działalności naukowej kadry, profilem ogólnoakademickim studiów oraz przyporządkowaniem do dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach. Treści te obejmują zarówno fundamenty teoretyczne, takie jak teorie komunikacji, systemy medialne czy analiza dyskursu, jak i specjalistyczne moduły odpowiadające na współczesne wyzwania - dezinformację, sztuczną inteligencję czy marketing polityczny. Wiodący badacze i dydaktycy (m.in. prof. Marek Jeziński, dr hab. Aleksandra Seklecka, dr hab. Barbara Brodzińska-Mirowska, dr Łukasz Wojtkowski)

wnoszą do programu aktualne wyniki badań nad mową nienawiści w mediach, inwigilacją i prywatnością, mediatyzacją polityki czy transformacją zawodów dziennikarskich. Dzięki temu studenci zdobywają wiedzę, która jest nie tylko interdyscyplinarna, ale także ściśle sprzężona z najnowszymi trendami i problemami badawczymi w dyscyplinie.

Na poziomie praktycznym treści kształcenia są ukierunkowane na rozwijanie kompetencji badawczych i warsztatowych - np. zajęcia z metodologii badań medioznawczych oraz pracowni badań medioznawczych przygotowują do prowadzenia samodzielnych projektów badawczych, a moduły warsztatowe z dziennikarstwa radiowego, prasowego, telewizyjnego i internetowego rozwijają umiejętności pracy w różnych formatach medialnych. Jednocześnie kursy takie jak Wolność słowa i Wolność mediów, Human Rights and Journalism czy Media, Politics and Globalization łączą refleksję medioznawczą z badaniami nad prawami człowieka i polityką komunikacyjną, co jest spójne z profilem akademickim kierunku.

Kluczowym wyróżnikiem programu jest także włączenie zajęć prowadzonych w językach obcych – m.in. Smiling in Europe. Exploring Social Policies and Media Perspectives in Europe and the United States czy Investigative journalism - case studies, Freedom of Thought and Expression amongst Other Human Rights czy Political Satire in Mass Media, które umożliwiają studentom zdobycie kompetencji językowych w zakresie specjalistycznego języka medioznawczego oraz rozwijają ich umiejętności pracy w międzynarodowym środowisku (pełny wykaz konwersatoriów w językach obcych, prowadzonych na WFiNS, stanowi zał. 2.1. do niniejszego raportu). Na studiach I stopnia realizowany jest język obcy specjalistyczny (III i IV semestr, 2×60 godzin) oraz konwersatorium w języku obcym (VI semestr), natomiast na studiach II stopnia język obcy specjalistyczny prowadzony jest w II semestrze (30 godzin), a konwersatorium w języku obcym w III semestrze. Konwersatoria te, prowadzone przez naszą Katedrę, dostępne są zarówno dla studentów I, jak i II stopnia, przy czym istnieje również możliwość wyboru zajęć z oferty ogólnouniwersyteckiej w języku obcym. Dzięki temu studenci osiągają efekty kształcenia na poziomie B2, a jednocześnie rozwijają umiejętności analityczne poprzez porównawcze badania nad systemami medialnymi i politycznymi w różnych krajach. Dodatkowo studenci i studentki obowiązkowy wykład ogólnouniwersytecki (odpowiednio na: III i V semestrze studiów I stopnia oraz na IV semestrze studiów II stopnia) mogą realizować również w języku obcym, wybierając z szerokiej oferty wspomnianych wykładów ogólnouniwersyteckich. Nie jest to wymóg formalny, ale możliwość, z której skorzystać mogą studenci zainteresowani dalszym rozwijaniem specjalistycznych kompetencji językowych.

Dobór treści kształcenia odzwierciedla zatem zarówno misję naukową uczelni badawczej, jak i jej profil ogólnoakademicki: studenci nie tylko uczą się tworzyć i analizować przekazy medialne, ale także uczestniczą w badaniach, rozwijają krytyczne myślenie i świadomość etyczną, co pozwala im lepiej rozumieć rolę komunikacji w kształtowaniu współczesnego życia społecznego i kulturowego.

Proces doboru treści kształcenia zobrazowaliśmy na przykładzie kilku, różnorodnie dobranych zajęć:

1. Polski system mediany

Celem wykładu jest zapoznanie studentów z procesami kształtującymi polski system medialny (m.in. komercjalizacja, polityzacja mediów, cyfryzacja, konwergencja) oraz instytucjami, które ten system tworzą (m.in. nadawcy, regulatory rynku, instytucje samoregulujące). Ponadto istotne jest zwrócenie uwagi studentów na zjawiska będące wyzwaniem dla współczesnych mediów (np. dezinformacja, AI). Celem ćwiczeń jest

utrwalenie wiedzy studentów na temat struktury mediów w Polsce, wyzwań związanych z ich funkcjonowaniem w systemie politycznym i rynkowym, jak i nabycie praktycznych umiejętności związanych z wyszukiwaniem informacji oraz ich weryfikacją, a także samodzielne, krytyczne spojrzenie na ten rynek. Zajęcia są bezpośrednio powiązane z dyscypliną nauk o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ pokazują strukturę mediów w Polsce, jak i procesy je kształtujące. Realizują tym samym kierunkowe efekty uczenia się np. studenci posiadają wiedzę o mediach w Polsce (W), potrafią interpretować i wyjaśniać różne zjawiska, a także formułować własne opinie oraz przygotować wystąpienia ustne i pisemne (U), a także samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę oraz współpracować w grupie (K).

2. Systemy medialne na świecie

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z funkcjonującymi na świecie systemami medialnymi. Studenci poznają modele systemów medialnych, procesy i zjawiska kształtujące systemy medialne oraz konkretne media w Europie i na świecie, również w ujęciu porównawczym. Zajęcia są bezpośrednio powiązane z dyscypliną nauk o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ pokazują strukturę mediów na świecie, jak i procesy je kształtujące. Realizują tym samym kierunkowe efekty uczenia się, np. studenci pozyskują wiedzę o systemach medialnych, o relacjach między strukturami i instytucjami społecznymi w skali światowej (W) oraz potrafią analizować i prognozować konkretne procesy i zjawiska (U). w konsekwencji studenci potrafią identyfikować i rozstrzygać zawodowe dylematy (K).

3. Metody badań medioznawczych

Celem wykładu i laboratorium jest wprowadzenie studentów w zagadnienia związane z procedurami badawczymi w naukach społecznych ze szczególnym naciskiem na medioznawstwo i komunikację społeczną. Poprzez analizę tekstów oraz omawianie ich w trakcie zajęć, a także poprzez ćwiczenia praktyczne słuchacze powinni uzyskać dobrą orientację w odniesieniu do doboru odpowiednich metod, technik, konstruowania narzędzi oraz analizy zebranego materiału empirycznego. Zajęcia są bezpośrednio powiązane z dyscypliną nauk o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ pokazują teoretycznie i praktycznie, jak przygotować i przeprowadzić badanie zawartości mediów, odbiorców medialnych czy instytucji medialnych. Realizują tym samym kierunkowe efekty uczenia się, np. studenci zdobywają wiedzę o projektowaniu i przeprowadzaniu badań (W), potrafią wykorzystać wiedzę do przygotowania narzędzi badawczych (U), a także uznają znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu praktycznych problemów (K).

4. Współczesne społeczeństwo polskie

Celem zajęć jest zachęcenie studentów do dyskusji na temat współczesnych problemów polskiego społeczeństwa. Odnoszą się one do bardzo zróżnicowanych kwestii, poczynając od charakterystyki struktury społecznej poprzez kształtowanie się systemu politycznego i wyborczego oraz ekonomicznych warunków egzystencji. Zajęcia są powiązane z dyscypliną nauk o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ powyższe tematy przedstawiane są również z perspektywy oddziaływania mediów na

różne zjawiska i procesy społeczne, co jest ważne z perspektywy przyszłych dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej. Realizują tym samym kierunkowe efekty uczenia się, np. mają wiedzę o procesach społecznych (W), potrafią prawidłowo je wyjaśniać, interpretować (U), a w konsekwencji pozwalają stymulować opinię społeczną i formułować postawy (K).

5. **Branding**

Zajęcia obejmują problematykę związaną z budowaniem i zarządzaniem marką, w tym zagadnienia dotyczące nazwy, tożsamości, osobowości i wizerunku marki, lojalności konsumenckiej, rebrandingu, a także badań marek i strategii komunikacyjnych. Celem zajęć jest rozwinięcie wiedzy o mechanizmach komunikacji organizacyjnej oraz przygotowanie studentów do samodzielnego projektowania strategii marki. Treści te mieszczą się w obszarze nauk o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ analizują sposoby oddziaływania przekazów medialnych na opinię publiczną oraz kształtowanie relacji między organizacją a jej otoczeniem. W efekcie student nabywa wiedzę na temat ekonomicznych, prawnych i kulturowych uwarunkowań komunikacji (K_W05, K_W06) oraz rozwija umiejętność analizy marek i opracowywania strategii komunikacyjnych (K_U03, K_U04, K_U07). Równocześnie, dzięki pracy projektowej w zespołach, kształtuje kompetencje społeczne związane ze współpracą, przedsiębiorczością i odpowiedzialnością zawodową (K_K03, K_K05, K_K06). Zajęcia odwołują się także do literatury anglojęzycznej (m.in. D. Aaker, A. Wheeler), co pozwala studentom ćwiczyć posługiwanie się specjalistycznym językiem medioznawczym i rozwijać kompetencje w zakresie pracy w międzynarodowym środowisku (K_U05).

6. **Start-up kreatywny**

Zajęcia wprowadzają studentów i studentki w realia funkcjonowania innowacyjnych przedsięwzięć w sektorze kreatywnym. Obejmują zagadnienia związane z przedsiębiorczością, komunikacją korporacyjną i technologiczną, a także relacjami inwestorskimi i przygotowaniem prezentacji dla potencjalnych partnerów biznesowych. Treści te wpisują się w dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach, gdyż dotyczą modelowania procesów komunikacyjnych w organizacjach innowacyjnych oraz strategii wykorzystywanych w dynamicznie zmieniającym się otoczeniu rynkowym. W toku zajęć student zdobywa wiedzę z zakresu tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości oraz ich uwarunkowań ekonomicznych i prawnych (K_W06, K_W07), a także rozwija umiejętność projektowania pitch decków, prognozowania procesów komunikacyjnych i analizy rynkowej (K_U03, K_U04, K_U08, K_U09). Kompetencje społeczne obejmują kształtowanie przedsiębiorczości, odpowiedzialności zawodowej oraz pracy zespołowej (K_K03, K_K05, K_K06, K_K07). Zajęcia odwołują się do literatury anglojęzycznej (m.in. B. Aulet), co wspiera przygotowanie do funkcjonowania w międzynarodowym obiegu wiedzy i praktyk (K_U07).

7. PR i zarządzanie reputacją

Zajęcia koncentruje się na mechanizmach komunikacji organizacji z jej otoczeniem, kształtowaniu wizerunku oraz budowaniu reputacji. Obejmuje także analizę wyzwań współczesnej komunikacji społecznej i rozwój kompetencji analitycznych w tym obszarze. Zajęcia wpisują się w nauki o komunikacji społecznej i mediach, łącząc teorię i praktykę komunikowania organizacyjnego oraz media relations. Student zdobywa wiedzę o mechanizmach komunikacji organizacyjnej i ich uwarunkowaniach (K_W05, K_W06), a także rozwija umiejętność planowania projektów komunikacyjnych, projektowania strategii i przekazów oraz krytycznej analizy danych (K_U03, K_U04). Kompetencje społeczne obejmują umiejętność konstruktywnej dyskusji, prezentowania pomysłów i argumentowania rozwiązań (K_K02, K_K03).

8. Warsztat dziennikarza internetowego

Zajęcia przygotowują studentów do pracy w redakcjach internetowych poprzez poznanie specyfiki mediów cyfrowych, gatunków dziennikarskich w sieci, organizacji pracy redakcji oraz praktyki tworzenia treści online. W ramach zajęć studenci uczą się prowadzenia researchu, konstruowania tekstów online z uwzględnieniem zasad SEO, korzystania z multimediów oraz narzędzi opartych na sztucznej inteligencji. Zajęcia wpisują się w nauki o komunikacji społecznej i mediach, ponieważ kształcą umiejętność projektowania i krytycznej analizy przekazów cyfrowych oraz pozwalają zrozumieć procesy digitalizacji komunikacji. Efektem kształcenia jest zarówno zdobycie wiedzy o funkcjonowaniu mediów internetowych, jak i rozwinięcie praktycznych umiejętności tworzenia i redagowania treści cyfrowych, a także kształtowanie kompetencji społecznych związanych z odpowiedzialnością za publikowane treści i pracę w zespole redakcyjnym.

9. Gatunki i formaty medialne w internecie

Zajęcia poświęcone są analizie i praktyce tworzenia gatunków dziennikarskich charakterystycznych dla mediów cyfrowych. Studenci zapoznają się z ewolucją form przekazu w internecie, sposobami adaptacji tradycyjnych gatunków do warunków online oraz ze specyfiką formatów multimedialnych. Celem zajęć jest rozwinięcie umiejętności krytycznej analizy i praktycznego wykorzystania wiedzy w pracy redakcyjnej. Treści te wpisują się w obszar nauk o komunikacji społecznej i mediach, pozwalając na refleksję nad przemianami komunikowania w dobie cyfrowej. Studenci zdobywają wiedzę o nowych formach dziennikarskich w internecie, uczą się stosować narzędzia cyfrowe i multimedialne, a także kształcą kompetencje społeczne związane z pracą zespołową i odpowiedzialnością zawodową.

Podsumowując, dobór treści kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna łączy solidne podstawy teoretyczne z aktualnymi wynikami badań naukowych i szerokim wachlarzem zajęć praktycznych, w tym warsztatowych i projektowych. Dzięki temu studenci zdobywają wiedzę osadzoną w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach, rozwijają umiejętności badawcze i redakcyjne, a także kształtują kompetencje społeczne niezbędne do odpowiedzialnego i krytycznego uczestnictwa w życiu publicznym.

2.2. Dobór metod kształcenia

Dobór metod kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest ściśle powiązany z jego profilem ogólnoakademickim i służy realizacji efektów w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Stosowane są zarówno klasyczne formy akademickie, jak wykłady i konwersatoria, które zapewniają studentom uporządkowaną i interdyscyplinarną wiedzę o systemach medialnych, teorii komunikacji czy metodologii badań, jak i metody aktywizujące, pozwalające na praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.

Ważnym elementem programu są seminaria licencjackie i magisterskie, które rozwijają umiejętności prowadzenia samodzielnych badań naukowych, przygotowują do krytycznej analizy źródeł i literatury przedmiotu oraz kształcą kompetencje w zakresie prezentacji wyników. Zajęcia takie jak Pracownia badań medioznawczych czy Metody badań medioznawczych wykorzystują metody laboratoryjne, analizę treści i analizę dyskursu, ucząc studentów pracy z narzędziami badawczymi wykorzystywanymi we współczesnym medioznawstwie.

Ćwiczenia i laboratoria (np. z dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego czy internetowego) opierają się na metodach projektowych, symulacyjnych i pracy zespołowej. Studenci przygotowują własne materiały prasowe, radiowe czy multimedialne, ucząc się obsługi sprzętu i oprogramowania oraz wypracowując umiejętność współpracy w redakcji. Dzięki temu rozwijają nie tylko umiejętności praktyczne (U), lecz także kompetencje społeczne związane z komunikacją i etyką zawodową (K).

Na zajęciach specjalistycznych stosowane są także case studies i analizy porównawcze, np. w ramach kursów z marketingu politycznego, komunikacji kryzysowej czy dezinformacji, które uczą rozpoznawania złożonych mechanizmów komunikacyjnych i podejmowania decyzji w oparciu o interdyscyplinarną wiedzę. Podobną funkcję pełnią projekty grupowe w obszarze PR, brandingu czy promocji kultury, które wymagają planowania, ewaluacji i prezentacji rezultatów, rozwijając kreatywność oraz odpowiedzialność etyczną.

Ważnym wyróżnikiem jest stosowanie języka obcego jako języka wykładowego. Kursy takie jak Great Leaders and Their Great Speeches, Journalists and Media Owners in the World czy Technological Development and the Challenges of Social Communication prowadzone są w j. angielskim i rozwijają kompetencje językowe studentów, umożliwiając im korzystanie z literatury zagranicznej i przygotowanie się do funkcjonowania w międzynarodowym obiegu naukowym (pełen wykaz konwersatoriów w językach obcych na WFiNS stanowi załącznik 2.1 do niniejszego raportu). Warto również podkreślić, iż studentki i studenci naszego kierunku mają możliwość uczestniczenia w innych ogólnoakademickich konwersatoriach w języku obcym. Istotnym wyróżnikiem programu jest obecność zajęć prowadzonych w językach obcych – takich jak Smiling in European. Exploring Social Policies and Media Perspectives in Europe and the United States czy Investigative journalism – case studies – które pozwalają studentom rozwijać kompetencje w zakresie specjalistycznego języka medioznawczego oraz zdobywać doświadczenie pracy w międzynarodowym środowisku. Na studiach pierwszego stopnia obejmuje to zajęcia z języka obcego specjalistycznego (III i IV semestr, 2x60 godzin) oraz konwersatorium w języku obcym (VI semestr), natomiast na drugim stopniu – język obcy specjalistyczny w II semestrze (30 godzin) oraz konwersatorium w III semestrze. Konwersatoria te są prowadzone zarówno przez Katedrę Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa, jak i w formie zajęć ogólnouniwersyteckich, z których studenci mogą swobodnie wybierać. Dzięki temu nie tylko osiągają efekty kształcenia na poziomie B2, lecz także rozwijają umiejętności analityczne poprzez porównawcze badania nad systemami medialnymi i politycznymi w różnych krajach.

Dzięki temu realizowane są zarówno efekty dotyczące znajomości języka obcego na poziomie B2, jak i kompetencje badawcze i komunikacyjne w obszarze medioznawstwa.

Metody kształcenia stosowane na kierunku wzmacniają także rozwój kompetencji społecznych - poprzez dyskusje, prezentacje, wspólne projekty i indywidualne konsultacje - i uczą pracy zespołowej, krytycznej oceny informacji, a także odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu publicznym. Tak skonstruowany system dydaktyczny pozwala studentom i studentkom nie tylko zdobywać wiedzę, ale także rozwijać umiejętności praktyczne i badawcze oraz przygotowywać się do dalszej działalności naukowej w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach.

Proces doboru metod kształcenia zobrazowaliśmy na przykładzie kilku, różnorodnie dobranych zajęć:

1. Polski system mediany

Wykorzystane metody np. wykład konwencjonalny i konwersatoryjny pozwalają na przyswojenie wiedzy (W), ale również zaangażowanie studentów w komentowanie i wyrażanie własnej opinii na omawiane tematy (U). Debaty i esej pozwalają na samodzielne poszukiwanie informacji, argumentów, danych i krytyczne do nich podejście oraz ich prezentację i obronę (U i K). Dodatkowo debaty pozwalają na współdziałanie w grupie (K).

2. Systemy medialne na świecie

Wykorzystane metody wykład konwencjonalny i konwersatoryjny pozwalają na przyswojenie wiedzy (W), ale też rozumienie różnych zjawisk w obszarze mediów (U) i rozstrzyganie dylematów związanych z zawodową rolą dziennikarza czy specjalisty od komunikacji (K).

3. Metody badań medioznawczych

Wykorzystane metody, np. wykład konwersatoryjny pozwala na zdobycie niezbędnej wiedzy metodach i narzędziach badawczych. Projekt badawczy pozwala na współdziałanie w grupie (U), a kolokwium oparte o zadania praktyczne, takie jak budowanie fragmentów narzędzi badawczych lub instrukcji do nich, znajdowanie błędów w narzędziach pozwala wykorzystać posiadaną wiedzę (U) i uznać znaczenie tej wiedzy w rozwiązywaniu konkretnych problemów (K).

4. Współczesne społeczeństwo polskie

Wykorzystane metody, np. dyskusja pozwala na formułowanie własnych opinii, również krytyczne spojrzenie na zjawiska i procesy społeczne (U), a prezentacje na wybrane tematy pokazują wiedzę na różne zjawiska i procesy społeczne (W) oraz pozwalają na samodzielne i krytyczne uzupełnianie wiedzy (K) i przygotowanie wystąpień w języku polskim (U).

5. Branding

Dobór metod kształcenia – wykład konwersatoryjny, analiza przypadków i praca projektowa – zapewnia studentom możliwość przyswojenia wiedzy teoretycznej, praktycznego zastosowania narzędzi analitycznych oraz kształtowania kompetencji społecznych. Wykład i case study wspierają rozwój wiedzy i umiejętności krytycznej analizy marek, natomiast projekty zespołowe pozwalają studentom uczyć się współpracy, przedsiębiorczości i odpowiedzialności zawodowej.

6. Start-up kreatywny

W ramach zajęć zastosowano metodę problemową, case study oraz projekty zespołowe, które bezpośrednio wspierają realizację efektów uczenia się. Analiza problemów i przypadków rozwija wiedzę i umiejętności w zakresie projektowania procesów komunikacyjnych, a praca projektowa umożliwia praktyczne zastosowanie teorii oraz wzmacnia kompetencje społeczne, takie jak praca zespołowa i przedsiębiorczość.

7. PR i zarządzanie reputacją

Metody dydaktyczne obejmują wykład wprowadzający, analizę przypadków, pracę projektową, testy wiedzy i prezentacje zespołowe. Dzięki temu studenci zdobywają wiedzę o mechanizmach komunikacji organizacyjnej, rozwijają umiejętności projektowania strategii komunikacyjnych i krytycznej analizy danych, a także uczą się konstruktywnej dyskusji i prezentowania własnych rozwiązań w pracy grupowej.

8. Warsztat dziennikarza internetowego

Konwersatoria, warsztaty praktyczne, analiza przypadków i praca projektowa nad symulowaną redakcją wspierają równoczesny rozwój wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Studenci uczą się teoretycznych podstaw funkcjonowania mediów cyfrowych, ćwiczą praktyczne umiejętności pisanie i redagowania treści online, a także rozwijają kompetencje odpowiedzialności zawodowej i pracy zespołowej w warunkach zbliżonych do realiów redakcyjnych.

9. Gatunki i formaty medialne w internecie

Zajęcia realizowane są w formie warsztatów praktycznych, analizy przypadków, dyskusji i projektów zespołowych. Warsztaty i case study pogłębiają wiedzę o ewolucji gatunków i form internetowych, ćwiczenia praktyczne rozwijają umiejętności w zakresie tworzenia treści multimedialnych, natomiast praca projektowa i dyskusje wspierają kompetencje społeczne, w tym odpowiedzialność i współpracę w grupie

Podsumowując, na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dobór metod kształcenia jest różnorodny i spójnie powiązany z efektami uczenia się – pozwala studentom zdobywać solidną wiedzę teoretyczną, ćwiczyć praktyczne umiejętności warsztatowe i badawcze oraz rozwijać kompetencje społeczne niezbędne w pracy zespołowej i odpowiedzialnym uczestnictwie w życiu publicznym. Dzięki temu proces dydaktyczny przygotowuje ich zarówno do aktywności zawodowej, jak i dalszego rozwoju naukowego.

2.3. Metody i techniki kształcenia na odległość

Na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu kształcenie z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość realizowane jest zgodnie z wewnętrznymi regulacjami, w szczególności Zarządzeniem Nr 162 Rektora UMK z dnia 1 lipca 2021 r. z późn. zm. w sprawie zasad powierzania i prowadzenia zajęć w formie zdalnej. Zgodnie z nim, nie więcej niż 30% punktów ECTS w toku studiów może być realizowanych w trybie e-learningu. Aby zapewnić wysoką jakość kształcenia online, każdy nauczyciel ubiegający się o prowadzenie zajęć zdalnych składa stosowny wniosek do dziekana, wskazując zajęcia, proponowany zakres treści oraz uzasadnienie wyboru formy zdalnej. Procedura ta pozwala na racjonalne zarządzanie ofertą i dostosowanie jej do potrzeb dydaktycznych, badawczych czy organizacyjnych (np. w przypadku wyjazdów konferencyjnych lub badań terenowych). Decyzja

dziekana podejmowana jest w oparciu o wiele czynników, tj. przygotowanie nauczyciela do prowadzenia zajęć zdalnych, doświadczenie w przygotowaniu i prowadzeniu zajęć zdalnych, opinii studentów o zajęciach zdalnych prowadzonych przez nauczyciela, rodzaj zajęć czy wykładane treści.

Podstawową platformą e-learningową funkcjonującą na UMK od wielu lat jest Moodle, wykorzystywana m.in. do realizacji obowiązkowych szkoleń (jak BHP), ale także do udostępniania materiałów dydaktycznych, organizacji testów i sprawdzianów. W okresie pandemii COVID-19 szeroko wykorzystywano również platformę Microsoft Teams, która – mimo powrotu do nauczania stacjonarnego – wciąż pełni ważną rolę pomocniczą, wspierając prowadzenie zajęć kontaktowych. Dzięki niej wykładowcy mogą udostępniać materiały, prowadzić konsultacje i dyżury online, a także organizować wybrane kolokwia czy prezentacje projektów w trybie hybrydowym. Uczelnia zapewnia również studentom dostęp do chmurowej wersji pakietu Microsoft Office 365, co ułatwia realizację zadań projektowych i grupowych.

Dla zapewnienia jakości kształcenia online szczególny nacisk kładzie się na metodykę prowadzenia zajęć zdalnych. Podkreśla się, że kształcenie na odległość nie polega jedynie na prostym przeniesieniu treści wykładu na platformę Teams, lecz wymaga innej metodyki i narzędzi dydaktycznych. Wykładowcy są zachęceni do korzystania ze wsparcia metodycznego jednostek uczelnianych zajmujących się e-learningiem, a także do udziału w kursach poświęconych metodyce kształcenia zdalnego, które są dostępne dla wszystkich pracowników UMK. Dodatkowo, uczelnia zapewnia dostęp do literatury przedmiotu oraz materiałów szkoleniowych z tego zakresu, co sprzyja podnoszeniu kompetencji kadry akademickiej.

Ważnym elementem jakości e-learningu jest interaktywność. Dlatego w zajęciach zdalnych stosuje się metody aktywizujące, takie jak praca projektowa, studia przypadku, interaktywne quizy, dyskusje problemowe i praca w grupach online. Szczególną rolę pełni tu bieżąca obecność nauczyciela – jego aktywność, moderowanie dyskusji oraz udzielanie informacji zwrotnej stanowią podstawę motywacji studentów do aktywnego uczestnictwa w zajęciach zdalnych. Ważne jest także stopniowanie trudności zadań, tworzenie angażujących ćwiczeń i projektów, które rozwijają umiejętności krytycznego myślenia, pracy zespołowej i autonomii w procesie uczenia się.

Pracownicy kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna szczególnie dbają o to, by narzędzia e-learningowe wspierały specyfikę ich dyscypliny. W praktyce oznacza to m.in. wykorzystanie zdalnych metod do nauki obsługi narzędzi multimedialnych, tworzenia projektów audiowizualnych, prowadzenia analiz materiałów medialnych czy organizowania symulacji konferencji prasowych i wydarzeń komunikacyjnych w trybie online. Takie rozwiązania odpowiadają zarówno na potrzeby dydaktyczne, jak i na oczekiwania rynku pracy, gdzie umiejętność wykorzystania nowoczesnych technologii komunikacyjnych staje się nieodzowna.

Zajęcia w formie zdalnej stanowią zatem uzupełnienie dydaktyki stacjonarnej i są realizowane z zachowaniem standardów jakości wypracowanych w Instytucie. Ich celem nie jest zastąpienie tradycyjnego kontaktu akademickiego, lecz poszerzenie możliwości dydaktycznych, podnoszenie elastyczności procesu kształcenia oraz lepsze przygotowanie studentów do pracy w środowisku medialnym, w którym technologie cyfrowe i komunikacja online stanowią podstawowe narzędzia działania.

2.4. Dostosowanie procesu uczenia się do zróżnicowanych potrzeb grupowych i indywidualnych studentów

Proces kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna został zaprojektowany tak, aby uwzględniał zróżnicowane potrzeby grupowe i indywidualne studentów. Ważnym elementem oferty są zajęcia fakultatywne oraz specjalnościowe, które umożliwiają studentom ukierunkować rozwój zgodnie z własnymi zainteresowaniami - od dziennikarstwa i nowych technologii po public relations, branding i komunikację marketingową. Stawiamy również na elastyczność w zakresie wyboru seminariów i opiekunów prac dyplomowych, dzięki czemu możliwe jest dopasowanie tematów badawczych do indywidualnych ścieżek kariery i zainteresowań.

Studenci mogą korzystać z Indywidualnego Planu Studiów (IPS) oraz Indywidualnej Organizacji Studiów (IOS). IPS pozwala na dostosowanie treści i form kształcenia do pasji poznawczych i planów zawodowych, a IOS daje możliwość uzgodnienia z prowadzącymi indywidualnych zasad zaliczania zajęć, szczególnie w przypadku osób studiujących dwa kierunki, wyczynowych sportowców czy studentów z niepełnosprawnościami. Tego rodzaju rozwiązania zapewniają realną elastyczność i umożliwiają pełne wykorzystanie potencjału edukacyjnego kierunku.

Proces uczenia się jest także dostosowywany poprzez praktyki zawodowe oraz projekty warsztatowe. Studenci mają możliwość wyboru miejsca praktyk spośród szerokiej bazy instytucji medialnych, kulturalnych i biznesowych (m.in. TVP3 Bydgoszcz, Polskie Radio Pomorza i Kujaw, Dwór Artusa), jak również odbywania praktyk w instytucjach poza regionem. Indywidualne zainteresowania studentów są tu szczególnie istotne - zdarzają się praktyki w wyspecjalizowanych redakcjach czy instytucjach tematycznych, np. w czasopiśmie astronomicznym lub w lidze sportowej.

Specyfika kształcenia uwzględnia także potrzeby studentów z niepełnosprawnościami. Kierunek korzysta ze wsparcia Zespołu ds. Studentów Niepełnosprawnych UMK, który współpracuje z wykładowcami w zakresie dostosowania form zajęć, przygotowywania materiałów dydaktycznych oraz zapewnienia asystentów wspierających. Rozwiązania są dobierane indywidualnie w porozumieniu z prowadzącymi i studentami, co pozwala na eliminację barier edukacyjnych i wyrównanie szans edukacyjnych.

Ważnym elementem umiędzynarodowienia procesu kształcenia są zajęcia prowadzone w języku angielskim, udział w programie Erasmus+ i sieci YUFE, które umożliwiają rozwijanie kompetencji międzykulturowych i realizację części programu w uczelniach partnerskich. Dzięki temu studenci mogą konstruować własne, bardziej interdyscyplinarne ścieżki kształcenia, poszerzając je o doświadczenia międzynarodowe.

Zróżnicowane formy zajęć - od wykładów i seminariów, przez warsztaty, case studies i projekty grupowe - pozwalają na dostosowanie trybu pracy do różnych stylów uczenia się. Studenci, którzy preferują działania praktyczne, mogą rozwijać się poprzez realizację materiałów dziennikarskich, multimedialnych i projektów PR, natomiast ci ukierunkowani na refleksję naukową - w ramach seminariów, badań medioznawczych czy aktywności w kołach naukowych (Koło Naukowe PR-u i Brandingu, Koło Naukowe Dziennikarstwa Internetowego i Zarządzania Mediami).

Całość systemu kształcenia zapewnia więc możliwość indywidualizacji procesu uczenia się - zarówno w zakresie doboru treści i specjalności, jak i elastycznych form zaliczania zajęć, praktyk zawodowych i mobilności międzynarodowej. Dzięki temu kierunek przygotowuje studentów o zróżnicowanych

profilach i potrzebach, a każdy z nich może odnaleźć własną, dopasowaną ścieżkę rozwoju, niezależnie od sytuacji zdrowotnej, zainteresowań czy planów zawodowych.

2.5. Harmonogram realizacji studiów oraz zasady progresji między poziomami kształcenia

Czas trwania studiów I stopnia wynosi 6 semestrów i obejmuje 1715 godzin zajęć dydaktycznych, w tym godziny realizowane w ramach wykładów ogólnouniwersyteckich. Do osiągnięcia wszystkich zakładanych efektów uczenia się wymaga się od studenta uzyskania 180 punktów ECTS. Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia, absolwent otrzymuje tytuł zawodowy licencjata.

Harmonogram studiów I stopnia podzielony jest na VI modułów. Nakład pracy konieczny do osiągnięcia efektów kształcenia, przypisany do poszczególnych grup zajęć jest prawidłowo oszacowany. Wszystkie zajęcia, oprócz zajęć w ramach praktyk, wymagają bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich. Określona w programie studiów łączna liczba godzin zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela wynosi 1715.

Czas trwania studiów II stopnia wynosi 4 semestry i obejmuje 770 godzin zajęć dydaktycznych, w tym godziny realizowane w ramach wykładów ogólnouniwersyteckich. Do osiągnięcia wszystkich zakładanych efektów uczenia się wymaga się od studenta uzyskania 120 punktów ECTS. Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia, absolwent otrzymuje tytuł zawodowy magistra.

Programy studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna pokazuje wyraźny przyrost wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych między studiami I a II stopnia. Studia II stopnia stanowią naturalną kontynuację i pogłębienie studiów licencjackich, rozwijając zdobyte wcześniej kompetencje oraz przygotowując absolwentów do pełnienia bardziej odpowiedzialnych ról zawodowych i badawczych. Oba poziomy kształcenia realizowane są w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach, przy czym studia I stopnia (poziom 6 PRK) prowadzą do uzyskania tytułu licencjata, a studia II stopnia (poziom 7 PRK) – do tytułu magistra.

Na poziomie wiedzy, absolwent studiów licencjackich dysponuje uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzą szczegółową w wybranych aspektach nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna podstawowe tradycje badawcze i posiada umiejętność projektowania oraz prowadzenia badań na poziomie podstawowym. Na studiach II stopnia wiedza ta zostaje pogłębiona – absolwent nabywa umiejętność krytycznej analizy zjawisk komunikacyjnych, posługuje się zaawansowanymi metodami badawczymi oraz rozumie główne tendencje rozwojowe w naukach o komunikacji i mediach, w tym w zakresie komunikacji międzykulturowej, komunikacji wizualnej i marketingowej, a także funkcjonowania rynku medialnego jako części gospodarki.

W obszarze umiejętności widać wyraźną progresję od poziomu podstawowej analizy i selekcji informacji na studiach I stopnia do zdolności prognozowania i modelowania złożonych procesów komunikacyjnych oraz formułowania i weryfikowania hipotez badawczych na studiach II stopnia. Kompetencje komunikacyjne studentów rozszerzają się z umiejętności stosowania specjalistycznej terminologii (I stopień) do zdolności prowadzenia komunikacji specjalistycznej ze zróżnicowanymi grupami odbiorców i w obszarze nowych mediów (II stopień). Wzrasta także poziom znajomości języka obcego – z wymaganego poziomu B2 na pierwszym stopniu do B2+ na drugim. W zakresie pracy zespołowej absolwenci I stopnia potrafią współdziałać w ramach grup projektowych, podczas gdy absolwenci II stopnia są przygotowani do podejmowania ról wiodących i kierowania zespołami badawczymi, redakcyjnymi czy projektowymi.

Kompetencje społeczne również ulegają pogłębieniu. Gotowość do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i przestrzegania zasad etyki zawodowej, kształtowana na studiach I stopnia, na studiach II stopnia przekształca się w zdolność rozwijania etosu zawodowego, działania na rzecz przestrzegania zasad etyki oraz inspirowania innych do podejmowania aktywności społecznej i zawodowej. Absolwent studiów II stopnia potrafi nie tylko podejmować działania na rzecz środowiska społecznego, ale także je inicjować i organizować, pełniąc rolę eksperta i lidera w obszarze komunikacji.

Podsumowując, studia II stopnia są logicznym i planowanym rozwinięciem studiów I stopnia. Przejście z poziomu 6 do poziomu 7 PRK oznacza pogłębienie wiedzy teoretycznej, rozwój zaawansowanych umiejętności badawczych, prognostycznych i przywódczych oraz wzmocnienie kompetencji społecznych w kierunku proaktywności i odpowiedzialności zawodowej. Tym samym studia I stopnia przygotowują uzdolnionych kandydatów do studiów II stopnia, a studia II stopnia w pełni uzupełniają i rozszerzają efekty kształcenia uzyskane na etapie licencjackim.

2.6. Dobór i proporcje zajęć, liczebność grup studenckich

Studia I stopnia

Harmonogram studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna I stopnia przewiduje następujące formy zajęć: wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium, pracownia, seminarium, praktyki.

Łączny wymiar studiów:

- Liczba semestrów: 6
- Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 180 ECTS
- Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych: 1715 godzin
- Wszystkie 180 ECTS punktów odnosi się do dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach.

Proporcje zajęć według grup przedmiotów (ECTS):

- Grupa przedmiotów I. Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych: łącznie 21 ECTS (obejmuje filozofię, socjologię, antropologię kultury, media i politykę, psychologię społeczną, wybrane nurty kultury współczesnej).
- Grupa przedmiotów II. Medioznawczy: łącznie 28 ECTS (obejmuje historię mediów 1 i 2, socjologię mediów, gatunki dziennikarskie, systemy medialne na świecie, polski system medialny, dezinformację i jej przeciwdziałanie).
- Grupa przedmiotów III. Komunikacja: łącznie 29 ECTS (obejmuje naukę o komunikowaniu, prezentacje i wystąpienia publiczne, kompetencje medialne, laboratorium języka polskiego, stylistykę praktyczną, retorykę i erystykę, promocję i reklamę, o słuchaniu, sztuczną inteligencję).
- Grupa przedmiotów IV. Warsztat pracy specjalisty ds. komunikacji: łącznie 11 ECTS (obejmuje edytorstwo tekstów, emisję głosu, storytelling, warsztat fotografii i filmu).
- Grupa przedmiotów V. Prawo i etyka: łącznie 9 ECTS (obejmuje prawo mediów i prawo autorskie, dziennikarstwo a prawa człowieka, etykę dziennikarską).
- Grupa przedmiotów VIa. Zajęcia specjalnościowe: dziennikarstwo i nowe technologie: łącznie 36 ECTS (12 przedmiotów po 3 ECTS każdy, np. wywiad w pracy dziennikarza, reportaż i dokument, warsztaty dziennikarskie - prasowego, radiowego, internetowego, telewizyjnego,

branding medialny, publicystyka polityczna, tworzenie stron www, dziennikarstwo muzyczne, start-up medialny, publicystyka kulturalna).

- Grupa przedmiotów VIb. Zajęcia specjalnościowe: Public relations i budowanie marki: łącznie 36 ECTS (12 przedmiotów po 3 ECTS każdy, np. komunikacja wizualna, PR i zarządzanie reputacją, językowe techniki oddziaływania na odbiorcę, zarządzanie kampaniami w mediach, podstawy grafiki komputerowej, warsztat rzecznika prasowego, branding, marketing polityczny, public affairs, fotografia reklamowa i korporacyjna, start-up kreatywny, promocja instytucji publicznych i kultury).
- Grupa przedmiotów VII. Zajęcia do wyboru: łącznie 14 ECTS (obejmuje wykłady ogólnouniwersyteckie/monograficzne, konwersatoria do wyboru).
- Lektorat z języka obcego: 7 ECTS
- Praktyki: 5 ECTS (wymiar 120 godzin)
- Praca dyplomowa i przygotowanie do egzaminu dyplomowego: łącznie 18 ECTS (obejmuje metody i techniki badań, pracownię badań medioznawczych, seminarium dyplomowe).

Formy i metody kształcenia są zróżnicowane i obejmują m.in. opisy, opowiadania, pogadanki, wykłady (informacyjne, konwersatoryjne, problemowe), metody biograficzne, ćwiczeniowe, doświadczeń, problemowe, obserwacji, referatu, projektu, studium przypadku, sytuacyjne, metody wymiany i dyskusji, metody służące prezentacji treści, metody rozwijające refleksyjne myślenie, metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji, gry i symulacje, metody ewaluacyjne i integracyjne.

Studia II stopnia

Harmonogram studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna II stopnia przewiduje następujące formy zajęć: wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium, seminarium, praktyki.

Łączny wymiar studiów:

- Liczba semestrów: 4
- Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 120 ECTS
- Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych: 770 godzin
- Wszystkie 120 ECTS punktów odnosi się do dyscypliny „nauki o komunikacji społecznej i mediach”.

Proporcje zajęć według grup przedmiotów (ECTS):

- Grupa przedmiotów I. Komunikacja i kultura: łącznie 26 ECTS (obejmuje społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów, kulturę popularną, teorie komunikacji i mediów, komunikowanie międzykulturowe, kampanie wyborcze na świecie).
- Grupa przedmiotów II. Społeczeństwo i media: łącznie 26 ECTS (obejmuje współczesne społeczeństwo polskie, media lokalne i środowiskowe, mediatyzację, wolność słowa i wolność mediów, społeczeństwo informacyjne, ochronę własności intelektualnej).
- Grupa przedmiotów IIIa. Zajęcia specjalnościowe: dziennikarstwo i nowe media: łącznie 24 ECTS (6 przedmiotów po 3-5 ECTS każdy, np. język mediów, gatunki i formaty medialne w internecie, projekty graficzne w nowych mediach, produkcja multimedialna i video, bezpieczeństwo informacyjne, podcast).
- Grupa przedmiotów IIIb. Zajęcia specjalnościowe: branding i komunikacja marketingowa: łącznie 24 ECTS (6 przedmiotów po 3-5 ECTS każdy, np. zarządzanie komunikacją online,

badania i strategię w branding, zarządzanie sytuacją kryzysową, organizacja kampanii wyborczych, marketing e-commerce, perswazja i manipulacja w reklamie).

- Grupa przedmiotów IV. Zajęcia do wyboru: łącznie 12 ECTS (obejmuje wykład ogólnouniwersytecki/monograficzny, konwersatoria do wyboru).
- Lektorat z języka obcego: 3 ECTS
- Praca magisterska i przygotowanie do egzaminu dyplomowego: łącznie 29 ECTS (obejmuje seminarium magisterskie, metody badań medioznawczych).

Formy i metody kształcenia są podobnie zróżnicowane, jak na studiach I stopnia, z naciskiem na wykłady, ćwiczenia, projekty, studia przypadku, dyskusje, gry i symulacje.

2.7. Proces organizacji i realizacji praktyk zawodowych na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Praktyki zawodowe na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowią istotny element kształcenia, ściśle powiązany z profilem ogólnoakademickim studiów i potrzebami rynku pracy. Ich celem jest nie tylko przygotowanie studentów i studentek do pracy w tradycyjnych redakcjach prasowych, radiowych czy telewizyjnych, ale również do funkcjonowania w szeroko rozumianym krajobrazie komunikacyjnym, obejmującym PR, reklamę, branding, komunikację instytucjonalną, edukację medialną czy tworzenie treści w środowisku cyfrowym.

Założenia

Praktyki służą skonfrontowaniu wiedzy teoretycznej zdobytej w toku studiów z realiami pracy zawodowej, rozwijaniu umiejętności warsztatowych oraz kształtowaniu kompetencji społecznych, takich jak praca zespołowa, etyka zawodowa czy przedsiębiorczość. Szczególną wagę przywiązujemy do tego, by praktyki były dopasowane do dynamicznie zmieniającego się rynku mediów – obejmują więc nie tylko redakcje i agencje PR, ale także instytucje kultury, organizacje pozarządowe, firmy prywatne oraz inicjatywy biznesowe, np. w ramach współpracy z Lokomotywą Biznesu, co otwiera studentom drogę do mniej oczywistych, ale bardzo wartościowych doświadczeń zawodowych.

Organizacja i harmonogram

Zgodnie z regulaminem, praktyki odbywają się na II roku studiów pierwszego stopnia, w semestrze letnim, w czasie wolnym od zajęć dydaktycznych i egzaminów. Standardowy wymiar praktyk to 4 tygodnie = 120 godzin = 5 ECTS. W wyjątkowych przypadkach (np. indywidualna organizacja studiów, praca zawodowa) praktyki mogą być zrealizowane w trakcie trwania semestru, za zgodą opiekuna praktyk.

Studenci i studentki mogą odbywać praktyki zarówno w Toruniu, jak i w miejscu swojego zamieszkania – współpracujemy z instytucjami lokalnymi w całym kraju, co pozwala na elastyczne dopasowanie miejsca praktyki do indywidualnych potrzeb. Takie rozwiązanie jest unikatowe dla naszego kierunku i wynika z przekonania, że dziennikarstwo i komunikacja społeczna funkcjonują w każdym wymiarze życia społecznego i gospodarczego, dlatego wartościowe doświadczenia można zdobywać również w mniejszych redakcjach, lokalnych instytucjach kultury czy firmach prywatnych.

Procedury i dokumenty

Przed rozpoczęciem praktyk student/studentka jest zobowiązany/a do:

- złożenia wniosku o skierowanie na praktykę,

- dostarczenia oświadczenia o zapoznaniu się z regulaminem,
- potwierdzenia posiadania ubezpieczenia NNW i OC,
- odbycia szkolenia BHP.

Na tej podstawie podpisywane jest porozumienie między UMK a instytucją przyjmującą studenta. W przypadku praktyk zagranicznych konieczne jest dostarczenie przetłumaczonego przez tłumacza przysięgłego programu praktyki i zgody instytucji przyjmującej.

W trakcie praktyk student prowadzi dziennik praktyk, w którym dokumentuje wykonywane zadania. Po ich zakończeniu składa w dziekanacie:

- dziennik praktyk,
- opinię i zaświadczenie z instytucji o zrealizowaniu programu praktyk,
- dokumentację własnych efektów pracy (np. publikacje, projekty).

Nadzór i ocena

Za nadzór nad praktykami odpowiada opiekun praktyk kierunku, który:

- akceptuje miejsca praktyk i programy,
- prowadzi kontrole przebiegu praktyk (osobiście, telefonicznie lub przez kontakt z opiekunem zakładowym),
- zatwierdza i zalicza praktyki na podstawie dokumentów i opinii pracodawcy.

Ocena praktyki polega na sprawdzeniu, czy student/studentka osiągnął/a zakładane efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych.

Efekty uczenia się realizowane w praktykach

- Wiedza - znajomość specyfiki instytucji medialnych i komunikacyjnych, rozumienie procesów projektowania kampanii PR, marketingowych czy dziennikarskich.
- Umiejętności - pozyskiwanie i analizowanie danych, przygotowywanie materiałów dziennikarskich, obsługa narzędzi komunikacyjnych, praca projektowa.
- Kompetencje społeczne - praca zespołowa, odpowiedzialność zawodowa, rozwiązywanie dylematów etycznych, przedsiębiorczość.

Należy podkreślić, iż praktyki na ocenianym kierunku wpisują się w szerszą redefinicję pojęcia „dziennikarstwo i komunikacja społeczna”, uwzględniającą rozwój nowych zawodów (fact-checkerzy, researcherzy, content managerowie, twórcy internetowi), wzrost znaczenia platform wideo (YouTube, TikTok) i krótkich form treści, czy też potrzebę strategicznego, interdyscyplinarnego podejścia do komunikacji w ekosystemie społecznym, kulturowym i politycznym.

Tabela: Etapy realizacji praktyk

Etap	Działania studenta	Dokumenty	Rola opiekuna praktyk
Przygotowanie	Wybór miejsca praktyk, uzasadnienie zgodności z kierunkiem	Wniosek o skierowanie, oświadczenia, ubezpieczenie, szkolenie BHP	Akceptacja miejsca praktyki

Organizacja	Podpisanie porozumienia UMK – instytucja	Porozumienie, praktyk	program	Weryfikacja dokumentów
Realizacja	Wykonywanie zadań w instytucji, prowadzenie dziennika praktyk	Dziennik praktyk		Monitorowanie przebiegu, kontakt z opiekunem zakładowym
Zakończenie	Złożenie dokumentów i materiałów	Zaświadczenie, dziennik praktyk	opinia,	Ocena i zaliczenie praktyki

Spersonalizowany i nadzorowany dobór miejsca praktyk - współpraca z OSG

Dobór miejsc praktyk jest zróżnicowany i oparty zarówno na liście partnerów uczelni (m.in. TVP3 Bydgoszcz, Polskie Radio Pomorza i Kujaw, Centrum Kultury Dwór Artusa, Książnica Kopernikańska, Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu i zrzeszeni w nim przedsiębiorcy), jak i indywidualnych zainteresowaniach studentów. Dzięki temu praktyki mogą odbywać się nie tylko w regionalnych i ogólnopolskich redakcjach czy instytucjach, ale także w małych firmach producenckich, samorządach czy NGO-sach. Istotnym rozwiązaniem jest również możliwość odbywania praktyk w miejscu zamieszkania – w lokalnych instytucjach, mediach czy prywatnych firmach – co zwiększa ich dostępność i pozwala na dopasowanie ścieżki praktyk do indywidualnych planów i aspiracji studentów.

Ważnym elementem rozwijania sieci praktyk jest podpisana umowa o współpracy z Lokomotywą Biznesu – regionalnym stowarzyszeniem zrzeszającym przedsiębiorców i organizacje działające w różnych sektorach gospodarki. Dzięki tej współpracy studenci i studentki kierunku zyskują dostęp do mniej oczywistych, ale niezwykle wartościowych miejsc praktyk, takich jak działy marketingu i komunikacji w firmach z sektora MŚP, start-upach czy fundacjach zajmujących się promocją kultury i edukacją. Rozszerza to tradycyjne rozumienie praktyk studenckich, pozwalając na łączenie kompetencji dziennikarskich z doświadczeniem w obszarach branding, PR-u, content marketingu czy komunikacji strategicznej w biznesie.

Proces wyboru miejsca praktyki ma charakter spersonalizowany i jest wspierany przez opiekuna praktyk – mgr Katarzyną Prętkowską, czynnego dziennikarza (a także, mniej formalnie, ale równie skutecznie, przez mgr Olę Wadowską, czynną specjalistkę od branding i PR-u) – które doradzają studentom i studentkom, pomagają dopasować miejsce do ich mocnych stron, zainteresowań i kierunku rozwoju zawodowego oraz utrzymują kontakt z instytucjami przyjmującymi. Każdy student i każda studentka prowadzi dziennik praktyk, dokumentując swoje działania. Efektem praktyk bardzo często są publikacje podpisane nazwiskiem praktykanta: teksty prasowe, materiały wideo, audycje radiowe czy relacje w mediach społecznościowych. W wielu przypadkach instytucje decydują się na kontynuację współpracy ze studentami po zakończeniu praktyk, co potwierdza skuteczność wypracowanego modelu i realny wpływ praktyk na zatrudnienie absolwentów.

Podsumowując, system praktyk na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna opiera się na różnorodności miejsc ich odbywania, elastycznym podejściu do potrzeb studentów i studentek oraz ścisłym nadzorze uczelni. Wspieramy młodych ludzi w zdobywaniu praktyk w instytucjach, które najlepiej odpowiadają ich aspiracjom i wpisują się w regulaminowe założenia, a równocześnie dbamy o utrzymanie stałej jakości i monitorowanie współpracy z partnerami instytucjonalnymi i biznesowymi.

Dobór instytucji praktyk jest zróżnicowany i oparty zarówno na liście partnerów uczelni (m.in. TVP3 Bydgoszcz, Polskie Radio Pomorza i Kujaw, Centrum Kultury Dwór Artusa, Książnica Kopernikańska, Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu i przedsiębiorcy do niej należący), jak i indywidualnych zainteresowaniach studentów. Wykaz instytucji i firm, w których studentki i studenci dziennikarstwa i komunikacji społecznej realizują obowiązkowe praktyki, stanowi załącznik 2.7. do niniejszego raportu.

Zalecenia dotyczące kryterium 2 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 2 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Należy doprowadzić do zlikwidowania pozamerytorycznych kryteriów w sposobie oceniania prac studentów	Pozamerytoryczne kryteria oceniania stosował wykładowca, który od wielu lat nie prowadzi już zajęć na ocenianym kierunku. Ponadto wykładowcom zwrócono uwagę, aby w swoich sylabusach opisali metody i kryteria oceniania bardziej precyzyjnie, wskazując na elementy wpływające na ocenę oraz udział tych elementów w ocenie końcowej.
2.	Należy wprowadzić bardziej elastyczne zasady zaliczania semestru w przypadku studentów uczestniczących w programie mobilności międzynarodowej Erasmus+ tak, aby wyjazd zagraniczny nie wiązał się ze znaczącym zwiększeniem obciążeń studentów.	Kwestie i zasady Indywidualnego Planu Studiów oraz Indywidualnej Organizacji Studiów są w jasny i jednoznaczny sposób uregulowane w Regulaminie Studiów. Co więcej, koordynatorzy czuwający nad mobilnością krajową i zagraniczną, bardzo dokładnie informują studentów o możliwościach i problemach wynikających z indywidualnego układania planu studiów i zalecają uzgodnienie wszystkich kwestii programowych przez wyjazdem na inną uczelnię. Na Wydziale Filozofii i Nauk Społecznych opracowana jest tabela ekwiwalencji, która jasno określa, które przedmioty i ich efekty mogą zostać przepisane. W przypadku przedmiotów zaliczonych przez studentów na zagranicznej uczelni, których efekty w żaden sposób nie wpisują się w efekty przedmiotów prowadzonych na kierunku, studenci mogą również zaliczać zajęcia w trakcie trwania wyjazdu (np. piszą prace na zaliczenie i wysyłają je e-mailem) lub po powrocie.
3.	Modyfikacja struktury programu kształcenia i treści, silniejsze ich powiązanie z aktualnym stanem rozwoju dyscypliny i rynku medialnego. Uzyskanie większej spójności w programie (unikanie	Przeprowadzono kompleksowy przegląd treści kształcenia, aby zaktualizować program studiów, który lepiej odpowiada na dynamiczne przemiany w krajobrazie medialnym, komunikacyjnym i społecznym. W ramach tych działań wyeliminowano powtarzalne kursy, zastępując je zajęciami o bardziej precyzyjnym i nowoczesnym profilu, takimi jak Storytelling czy Laboratorium języka polskiego. Program wzbogacono o nowe przedmioty, w tym

	powtarzalności zakresów kształcenia).	Dezinformację i jej przeciwdziałanie, Sztuczną inteligencję, Podcast oraz Perswazję i manipulację w reklamie, silniej wiążąc kształcenie z aktualnymi potrzebami rynku pracy i kierunkami badań w dyscyplinie. Modyfikacje te, wraz z dostosowaniem sylabusów istniejących zajęć do aspektów praktycznych, przyczyniły się do większej spójności i aktualności programu studiów.
4.	Podjęcie działań mających na celu wsparcie studentów w procesie organizacji praktyk oraz zobiektywizowanie i transparentność zasad oceniania	Zalecenie zostało w pełni zrealizowane poprzez wprowadzenie jasnych procedur regulaminowych oraz stałą opiekę uczelnianego koordynatora praktyk. Studenci otrzymują wzory dokumentów, szczegółowe wytyczne oraz pomoc w wyborze i pozyskaniu miejsca praktyk, a sam proces zaliczania opiera się na jednolitych kryteriach - dzienniku praktyk, opinii opiekuna zewnętrznego i uczelnianego oraz zgodności efektów z programem studiów. Dzięki temu cały proces jest przejrzysty, obiektywny i zapewnia równe traktowanie wszystkich studentów.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 2:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to włączanie zajęć prowadzonych w językach obcych, dzięki którym studenci i studentki rozwijają kompetencje językowe w zakresie specjalistycznego języka medioznawczego.

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to elastyczne podejście do praktyk zawodowych. Umożliwiamy studentom realizację praktyk w różnorodnych miejscach, np. w małych firmach producenckich, samorządach czy organizacjach pozarządowych, a także w miejscu zamieszkania.

Praktyki unikatowe to, w naszej ocenie, uczestnictwo studentów w zajęciach kursowych oferowanych przez uczelnię z konsorcjum YUFE. Taka formuła pozwala im poszerzać horyzonty akademickie i zdobywać dodatkowe doświadczenie w środowisku międzynarodowym.

Kryterium 3. Przyjęcie na studia, weryfikacja osiągnięcia przez studentów efektów uczenia się, zaliczanie poszczególnych semestrów i lat oraz dyplomowanie

3.1. Warunki rekrutacji na studia

Rekrutacja na studia na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu odbywa się zgodnie z corocznie przyjmowanymi uchwałami. W roku, który obejmuje niniejszy raport, obowiązującą jest Uchwałą Nr 45 Senatu UMK z dnia 25 czerwca 2024 r. oraz Zarządzeniem Nr 85 Rektora UMK z dnia 31 marca 2025 r. Szczegółowe zasady kwalifikacji dla poszczególnych kierunków, w tym dziennikarstwa i komunikacji społecznej, są określone w załącznikach do uchwały, w tym w Załączniku nr 3 dla Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych.

Harmonogram rekrutacji zatwierdzany jest corocznie przez Senat uczelni. Poniżej znajduje się harmonogram rekrutacji na rok akademicki 2025/26.

I Terminy rekrutacji

- a. Nabór letni: rozpoczęcie 3 czerwca 2025 r., zakończenie 30 września 2025 r.
- b. Nabór śródroczny: rozpoczęcie 13 stycznia 2026 r., zakończenie 27 lutego 2026 r.

Szczegółowy harmonogram dla poszczególnych kierunków studiów jest ustalany przez Rektora w drodze zarządzenia do 31 marca 2025 r. dla naboru letniego oraz do 31 grudnia 2025 r. dla naboru śródrocznego.

II Organy Prowadzące Postępowanie Rekrutacyjne

Postępowanie rekrutacyjne przeprowadza Uczelniana Komisja Rekrutacyjna (UKR) powołana przez Rektora. Nadzór nad przebiegiem postępowania sprawuje Rektor.

III Etapy Postępowania Rekrutacyjnego

Dla studiów stacjonarnych (z wyjątkiem rekrutacji śródrocznej):

1. Rejestracja kandydatów na studia.
2. Postępowanie kwalifikacyjne.
3. Ustalenie list osób zakwalifikowanych do przyjęcia na studia.
4. Składanie dokumentów przez osoby zakwalifikowane do przyjęcia na studia.
5. Wpisanie na listę studentów lub wydanie decyzji o nieprzyjęciu na studia.

Dla studiów niestacjonarnych prowadzonych w Toruniu oraz studiów stacjonarnych w rekrutacji śródrocznej:

1. Rejestracja kandydatów na studia.
2. Składanie dokumentów.
3. Postępowanie kwalifikacyjne.
4. Wpisanie na listę studentów lub wydanie decyzji o nieprzyjęciu na studia.

IV Rejestracja Kandydatów na Studia:

Rejestracja odbywa się w formie elektronicznej na stronie irk.umk.pl (system IRK). Kandydat jest zobowiązany do:

- a. Założenia indywidualnego konta rekrutacyjnego w systemie IRK.
- b. Wypełnienia i zatwierdzenia formularza danych osobowych.
- c. Wprowadzenia danych niezbędnych w postępowaniu kwalifikacyjnym.
- d. Dokonania wyboru kierunku/kierunków studiów.
- e. Wniesienia opłaty rekrutacyjnej na indywidualny rachunek bankowy wygenerowany przez system IRK w terminie określonym w harmonogramie. Standardowa opłata za rekrutację wynosi 85 zł.
- f. Indywidualne konto rekrutacyjne jest jedynym źródłem przekazywania kandydatowi informacji o postępowaniu rekrutacyjnym.

Zasady przyjęcia na kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna - studia I stopnia

I Wymagania i zasady kwalifikacji

Do postępowania rekrutacyjnego może być dopuszczona osoba posiadająca jeden z następujących dokumentów: polskie świadectwo dojrzałości („nowa matura” lub „stara matura”), dyplom IB, dyplom EB lub świadectwo uzyskane za granicą.

a. Kandydaci z tzw. nową maturą (konkurs świadectw dojrzałości):

Wymagane przedmioty i przeliczniki dla poziomu przedmiotu:

1. Przedmiot 1: Biologia, Chemia, Filozofia, Fizyka, Fizyka i astronomia, Historia, Historia muzyki, Historia sztuki, Geografia, Informatyka, Matematyka lub Wiedza o społeczeństwie.
 - Przelicznik dla poziomu podstawowego (p_1): 0,25
 - Przelicznik dla poziomu rozszerzonego (p_1): 0,50
2. Przedmiot 2: Język polski (część pisemna) lub Język obcy nowożytny (część pisemna).
 - Przelicznik dla poziomu podstawowego (p_2): 0,25
 - Przelicznik dla poziomu rozszerzonego (p_2): 0,50

Wynik postępowania kwalifikacyjnego (W) obliczany jest zgodnie ze wzorem: $W = p_1W_1 + p_2W_2$, gdzie W_1 i W_2 to liczby punktów odpowiadające procentowym wynikom egzaminu maturalnego z odpowiednich przedmiotów. Uwzględniany jest najkorzystniejszy dla kandydata przedmiot 1 i 2, tzn. przedmiot, z którego wynik po przemnożeniu przez odpowiedni przelicznik daje najwyższą wartość.

Kandydaci z dyplomem IB lub EB są kwalifikowani zgodnie z zasadami dla kandydatów z „nową maturą”, z zastosowaniem tabel przeliczeniowych dla wyników egzaminów.

b. Kandydaci z tzw. starą maturą (konkurs świadectw dojrzałości):

Wymagane przedmioty i przeliczniki:

1. Przedmiot 1: Fizyka z astronomią, Geografia, Historia, Historia sztuki, Matematyka, Wiedza o społeczeństwie lub Informatyka.
 - Przelicznik (p): 0,50
2. Przedmiot 2: Język polski lub Język obcy nowożytny.
 - Przelicznik (p): 0,50

Wynik postępowania kwalifikacyjnego (W) obliczany jest zgodnie ze wzorem: $W = pW_1 + pW_2$, gdzie W_1 i W_2 to liczby punktów odpowiadające ocenom z przedmiotów. Uwzględniany jest najkorzystniejszy dla kandydata przedmiot 1 i 2, tzn. przedmiot, z którego wynik po przemnożeniu przez odpowiedni przelicznik daje najwyższą wartość.

Oceny z egzaminu dojrzałości przelicza się na punkty zgodnie z tabelą:

- Skala 1-6: celująca (6) = 100 pkt, bardzo dobra (5) = 90 pkt, dobra (4) = 70 pkt, dostateczna (3) = 50 pkt, dopuszczająca (2) = 30 pkt.
- Skala 2-5: bardzo dobra (5) = 100 pkt, dobra (4) = 75 pkt, dostateczna (3) = 40 pkt.

Kandydaci ze świadectwem uzyskanym za granicą są kwalifikowani zgodnie z zasadami dla „starej matury”, chyba że szczegółowe warunki stanowią inaczej.

c. Laureaci i finaliści olimpiad oraz laureaci konkursów

Kandydaci na kierunki prowadzone przez wydziały kampusu toruńskiego (z wyjątkiem Psychologii, Weterynarii oraz kierunków z egzaminem wstępnym) uzyskują maksymalną liczbę punktów w postępowaniu kwalifikacyjnym jako laureaci i finaliści wielu olimpiad centralnego stopnia (np. Artystyczna, Astronomiczna, Biologiczna, Chemiczna, Filozoficzna, Fizyczna, Geograficzna, Historyczna, Informatyczna, Języka Angielskiego, Matematyczna, Literatury i Języka Polskiego, Wiedzy o społeczeństwie). Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna kwalifikuje się do tych uprawnień.

Dodatkowo, laureaci Ogólnopolskiego Konkursu Dziennikarskiego „Grasz o Indeks” otrzymują maksymalną liczbę punktów na wszystkie kierunki prowadzone przez Wydział Filozofii i Nauk Społecznych, z wyjątkiem Psychologii, co obejmuje dziennikarstwo i komunikację społeczną. Inne konkursy (np. Międzynarodowy Konkurs Matematyczny Kangur Matematyczny, Ogólnopolski Konkurs Chemiczny im. Antoniego Swinarskiego, Konkurs Mediaaktywni) również uprawniają do maksymalnej liczby punktów na ten kierunek.

Z uprawnień można skorzystać w ciągu trzech lat od roku uzyskania świadectwa dojrzałości. Podstawą jest zaświadczenie wydane przez Główny Komitet Organizacyjny olimpiady lub konkursu. Kandydaci korzystający z tych uprawnień są zwolnieni z opłaty rekrutacyjnej.

d. Kandydaci z osiągnięciami sportowymi

Uzyskują maksymalną liczbę punktów, jeśli posiadają udokumentowane osiągnięcia sportowe (aktualna klasa mistrzowska międzynarodowa/krajowa lub pierwsza klasa sportowa w dyscyplinach olimpijskich i nieolimpijskich, lub opinia polskiego związku sportowego o wysokim poziomie sportowym i pozytywna opinia Dyrektora Uniwersyteckiego Centrum Sportowego; lub udział w reprezentacji kraju na Igrzyskach Olimpijskich/Uniwersjadzie/Mistrzostwach Świata/Europie lub miejsca 1-3 w mistrzostwach kraju dla zagranicznych związków sportowych).

Uprawnienia ważne są przez dwa lata od daty wydania zaświadczenia, nie dłużej niż do utraty jego ważności. Kandydaci korzystający z tych uprawnień są zwolnieni z opłaty rekrutacyjnej.

II Wymagane dokumenty po zakwalifikowaniu:

- Wydrukowany z systemu IRK i podpisany formularz podania, z fotografią zgodną z wymaganiami dla dowodów osobistych.
- Kserokopia świadectwa dojrzałości (lub dyplomu IB/EB/świadectwa zagranicznego) poświadczona przez Uniwersytet (oryginał do wglądu).
- Kandydaci na kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna nie potrzebują orzeczenia lekarskiego.
- W przypadku świadectwa zagranicznego, należy złożyć uwierzytelnioną kserokopię i przysięgłe tłumaczenie na język polski, wraz z dokumentem potwierdzającym uprawnienie do podjęcia studiów wyższych w Polsce (jeśli informacja ta nie widnieje na dokumencie lub wymaga uznania administracyjnego)

Zasady przyjęcia na kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna - studia II stopnia

I Wymagania i zasady kwalifikacji:

Do postępowania rekrutacyjnego może być dopuszczona osoba, która posiada dyplom ukończenia studiów (licencjata, inżyniera, magistra lub równoważny) uzyskany na dowolnym kierunku.

a. Kandydaci z polskim dyplomem ukończenia studiów (konkurs ocen ze studiów)

Kwalifikacja odbywa się na podstawie konkursu ocen ze studiów. Wynik postępowania kwalifikacyjnego (W) obliczany jest zgodnie ze wzorem: $W = 35W_o - 75$.

Wartość W_o obliczana jest w zależności od formy ukończenia studiów:

- Dla absolwentów studiów I stopnia kończących się pracą dyplomową i egzaminem dyplomowym: $W_o = 0,6W_1 + 0,2W_2 + 0,2W_3$, gdzie W_1 to średnia arytmetyczna wszystkich pozytywnych ocen z egzaminów i zaliczeń (przelicznik 0,6), W_2 to ocena z egzaminu dyplomowego (przelicznik 0,2), a W_3 to ocena z pracy dyplomowej (przelicznik 0,2)
 - Dla absolwentów studiów I stopnia kończących się egzaminem dyplomowym (bez pracy dyplomowej): $W_o = 0,75W_1 + 0,25W_2$, gdzie W_1 to średnia arytmetyczna wszystkich pozytywnych ocen z egzaminów i zaliczeń (przelicznik 0,75), a W_2 to ocena z egzaminu dyplomowego (przelicznik 0,25).
 - Ocen z dyplomu ukończenia studiów wyższych przeliczane są na punkty: bardzo dobry (5) = 100, dobry + (4+) = 85, dobry (4) = 70, dostateczny + (3+) = 55, dostateczny (3) = 40. Ocnom celujący i bardzo dobry plus przypisuje się wartość punktową 100.
- b. Kandydaci z zagranicznym dyplomem ukończenia studiów

Kwalifikowani są na podstawie rozmowy kwalifikacyjnej, ocenianej w skali 0-100 punktów.

II Wymagane dokumenty po zakwalifikowaniu

- Wydrukowany z systemu IRK i podpisany formularz podania, z fotografią zgodną z wymaganiami dla dowodów osobistych.
- Kserokopia dyplomu ukończenia odpowiednich studiów wyższych, poświadczona przez Uniwersytet (oryginał do wglądu).
- Kserokopia suplementu do dyplomu, poświadczona przez Uniwersytet (oryginał do wglądu) lub zaświadczenie wydane przez uczelnię o ocenach uzyskanych w trakcie studiów. Jest to wymagane, ponieważ kwalifikacja opiera się na konkursie ocen ze studiów.

W przypadku dyplomu zagranicznego, należy złożyć uwierzytelnioną kserokopię i przysięgłe tłumaczenie na język polski, wraz z dokumentem potwierdzającym uprawnienie do podjęcia studiów II stopnia w Polsce (jeśli informacja ta nie widnieje na dokumencie, nie jest uznawana z mocy prawa lub umowy międzynarodowej, lub wymaga postępowania nostryfikacyjnego).

Kandydaci na kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna nie potrzebują orzeczenia lekarskiego.

Ogólne zasady składania dokumentów i przyjęcia na studia

Osoby zakwalifikowane do przyjęcia są zobowiązane do złożenia wymaganych dokumentów w określonym terminie. Niedopełnienie tej czynności jest podstawą nieprzyjęcia na studia. Terminy i miejsca ustalane są przez UKR. Kandydat na studia stacjonarne, który zarejestrował się na więcej niż jeden kierunek, jest zobowiązany określić priorytety. Może być zakwalifikowany tylko na jeden kierunek studiów (w ramach studiów I stopnia/jednolitych magisterskich lub studiów II stopnia), z uwzględnieniem jego priorytetów. Zakwalifikowanie na kierunek o wyższym priorytecie automatycznie wyklucza kwalifikację na kierunki o niższym priorytecie. Od 1 września istnieje możliwość rezygnacji z

przyjęcia na kierunek o niższym priorytecie za pośrednictwem IRK, aby oczekiwać na kierunki o wyższym priorytecie. Przyjęcie na studia następuje w kolejności uzyskanych wyników, po złożeniu wymaganych dokumentów, w ramach ustalonej liczby miejsc. Przyjęcie odbywa się w drodze wpisu na listę studentów. Odmowa przyjęcia następuje w drodze decyzji administracyjnej.

W przypadku niewypełnienia limitu miejsc, może być przeprowadzona tura uzupełniająca. Rektor może podjąć decyzję o nieuruchomieniu studiów z powodu zbyt małej liczby kandydatów lub przyjętych.

3.2. Zasady uznawania efektów uczenia oraz kwalifikacji uzyskanych w innej uczelni

Zasady uznawania efektów uczenia się zdobytych w innej uczelni, także zagranicznej, reguluje Regulamin studiów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika (Obwieszczenie Nr 3 Rektora UMK z 7 czerwca 2023 r.), w szczególności Rozdział 8 (§48–52). Warunkiem zaliczenia jest potwierdzenie zbieżności efektów uczenia się, przy czym oceny uzyskane poza UMK przeliczane są na skalę ocen obowiązującą w uczelni. Zgodnie z §29 Regulaminu, na wniosek studenta złożony w ciągu 14 dni od rozpoczęcia roku akademickiego lub semestru, dziekan może zaliczyć zajęcia przewidziane w planie studiów – w tym ogólnouniwersyteckie – odbywane wcześniej w innej uczelni, również zagranicznej. Decyzja podejmowana jest na podstawie dokumentacji przebiegu studiów przedstawionej przez studenta (m.in. karty osiągnięć, sylabusy), a pod uwagę brane są efekty kształcenia odpowiadające tym przewidzianym w programie danego kierunku na UMK. Studentowi przypisuje się liczbę punktów ECTS przewidzianą dla odpowiednich zajęć i praktyk, a ocena z zajęć zostaje przeliczona na skalę obowiązującą w UMK.

Warto podkreślić, że Wydział Filozofii i Nauk Społecznych prowadzi również postępowania nostryfikacyjne dyplomów ukończenia studiów za granicą. Wnioskodawca zobowiązany jest przedstawić m.in. kopię dyplomu (z oryginałem do wglądu) oraz dokumenty pozwalające ocenić przebieg studiów, ich czas trwania oraz osiągnięte efekty uczenia się. Procedura nostryfikacji jest odpłatna, jednak w uzasadnionych przypadkach istnieje możliwość częściowego lub całkowitego zwolnienia z opłaty³.

3.3. Zasady uznawania efektów uczenia się i kompetencji uzyskanych poza systemem studiów

Opracowane przez Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu zasady dotyczące potwierdzania efektów uczenia się, o których mowa w ustawie z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t.j. Dz.U. z 2022 r., poz. 574 z późn. zm.), a także procedury przyjęcia na studia na tej podstawie, zostały określone w dwóch kluczowych aktach prawnych: Uchwale Nr 128 Senatu UMK z dnia 24 września 2019 r. oraz Zarządzeniu Nr 139 Rektora UMK z dnia 1 października 2019 r. Dokumenty te regulują warunki, tryb i procedurę potwierdzania efektów uczenia się zdobytych poza systemem studiów, tj. w procesie uczenia się pozaformalnego i nieformalnego, a także zawierają wzory stosowanych dokumentów oraz zasady i wysokość opłat związanych z tym procesem.

Zgodnie z §6 Uchwały Nr 128 Senatu UMK procedura potwierdzania efektów uczenia się rozpoczyna się na wniosek osoby ubiegającej się o przyjęcie na studia na określonym kierunku, poziomie i profilu. Dziekan powołuje wydziałową komisję ds. potwierdzania efektów uczenia się, której zadaniem jest analiza formalna wniosku oraz dokumentów potwierdzających uzyskane kompetencje. Komisja może uznać efekty uczenia się przypisane do danego przedmiotu wyłącznie na podstawie przedłożonych dokumentów lub wskazać dodatkowe formy ich weryfikacji – w szczególności sprawdziany wiedzy i

³ por. <https://www.wfins.umk.pl/wydzial/nostryfikacja/>

umiejętności o charakterze teoretycznym bądź praktycznym. W przypadku konieczności przeprowadzenia takiej weryfikacji dziekan, na wniosek komisji, wyznacza egzaminatora właściwego dla danego przedmiotu.

3.4. Zasady dyplomowania

Praca dyplomowa na Wydziale Filozofii i Nauk Społecznych Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu stanowi opracowanie określonego zagadnienia naukowego lub praktycznego, którego celem jest zaprezentowanie wiedzy i umiejętności studenta oraz jego zdolności do samodzielnej analizy i wnioskowania w obszarze właściwym dla studiowanego kierunku. Przygotowywana jest indywidualnie i samodzielnie pod kierunkiem promotora i może mieć formę tradycyjnej pracy pisemnej bądź projektu badawczego. Na kierunkach, w których nie przewiduje się pracy dyplomowej, stosuje się odrębne przepisy.

Na studiach I stopnia praca licencjacka odzwierciedla podstawowy poziom samodzielności badawczej i stosowania metod naukowych. Z kolei na studiach drugiego stopnia praca magisterska ma charakter pogłębiony i rozszerzony, co odróżnia ją od pracy licencjackiej. Niezależnie od poziomu, praca dyplomowa musi spełniać określone kryteria formalne i merytoryczne: obejmuje gromadzenie i analizę źródeł, formułowanie problemu badawczego lub celu badań, zaprojektowanie i przeprowadzenie procesu badawczego, a także zastosowanie metod i narzędzi właściwych dla danej dyscypliny. Od dyplomanta wymaga się również zachowania właściwej struktury i spójności pracy, poprawności językowej oraz stosowania zasad redakcyjnych. Szczegółowe wytyczne dotyczące zakresu tematycznego, literatury przedmiotu, objętości i formy pracy określają promotorzy w ramach poszczególnych seminariów. Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna zostały opracowane wytyczne do pracy dyplomowej opracowane przez kierownika Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa prof. dr hab. M. Jezińskiego oraz ówczesną Pełnomocniczkę Dziekana ds. kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dr hab. A. Seklecką, prof. UMK. Wytyczne są dostępne na stronie Instytutu w zakładce "prace dyplomowe".

Temat pracy dyplomowej ustalany jest przez promotora w porozumieniu ze studentem. Musi on być zgodny z kierunkiem studiów, przypisanymi do niego dyscyplinami naukowymi, zakładanymi efektami uczenia się oraz ewentualną specjalnością, którą realizuje student. Należy podkreślić, że temat nie jest tożsamy z tytułem pracy. Co do zasady praca przygotowana jest w języku wykładowym właściwym dla danego kierunku studiów, jednak za zgodą dziekana, na pisemny wniosek studenta i promotora, możliwe jest jej przygotowanie w języku obcym.

Szczegółowy tryb zatwierdzania tematów reguluje Zarządzenie Nr 3 Dziekana Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych. Tematy zgłaszane są przez promotorów do końca piątego semestru na studiach I stopnia, do końca trzeciego semestru na studiach II stopnia oraz do końca szóstego semestru na jednolitych studiach magisterskich. Następnie kierownik jednostki organizacyjnej akceptuje zgłoszone tematy, a w przypadku zastrzeżeń formalnych lub merytorycznych odsyła je do ponownego opracowania. Do 31 marca zaakceptowane propozycje trafiają do Rady Dyscypliny, która opiniuje je do 30 kwietnia. W przypadku konieczności korekty student, w porozumieniu z promotorem, przygotowuje zmienioną wersję. Istotne zmiany w temacie wymagają ponownego zaopiniowania przez kierownika jednostki. Po pozytywnym zaopiniowaniu przez Radę Dyscypliny kierownik jednostki przekazuje listę tematów do dziekana do 15 maja, a dziekan zatwierdza wykaz do 15 czerwca danego roku. Ostateczna lista tematów przechowywana jest w dziekanacie i na bieżąco uzupełniana.

Procedurę dyplomowania na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w Instytucie Badań Informacji i Komunikacji określają: Zarządzenie Nr 105 Rektora UMK z dnia 6 czerwca 2022 r. w sprawie procedury nadawania tytułu zawodowego na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu, Zarządzenie Nr 141 Rektora UMK z dnia 30 września 2022 r. w sprawie przygotowywania i wydawania dyplomów oraz suplementów do dyplomów ukończenia studiów na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu, Regulamin Studiów UMK (obwieszczenie Nr 3 Rektora UMK z dnia 7 czerwca 2023 r., obowiązujący od 1 października 2023 r.) wraz z Załącznikiem nr 1 - Zasady i tryb przyznawania tytułów oraz wyróżnień studentom i absolwentom na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu, a także Zarządzenie nr 175 Rektora UMK z dnia 25 września 2023 r. w sprawie postępowania o nadanie tytułu zawodowego.

Wszczęcie postępowania o nadanie tytułu zawodowego następuje na wniosek studenta lub studentki złożony w USOSweb minimum 14 dni przed planowanym terminem egzaminu dyplomowego. Wniosek zawiera tytuł pracy dyplomowej, imię i nazwisko promotora oraz skan podpisanego oświadczenia promotora (wzór w załączniku nr 2). Dziekan rozpatruje wniosek w systemie USOSadm, a następnie, w porozumieniu z promotorem, wyznacza przewodniczącego komisji egzaminacyjnej. Pracownik dziekanatu wprowadza dane pracy, recenzenta i termin egzaminu.

Student, po wprowadzeniu danych pracy przez dziekanat, składa w systemie APD wymagane oświadczenia dotyczące samodzielności i oryginalności pracy, a także wprowadza streszczenia, słowa kluczowe oraz elektroniczną wersję pracy dyplomowej w formacie PDF. Promotor sprawdza poprawność wprowadzonych danych, przeprowadza kontrolę antyplagiatową w JSA i, jeśli praca spełnia wymogi oryginalności, zatwierdza raport oraz kieruje ją do recenzji. Promotor i recenzent, nie później niż trzy dni przed egzaminem dyplomowym, sporządzają i zatwierdzają recenzje w systemie APD. Po uzyskaniu wszystkich wymaganych zaliczeń i praktyk, a także pozytywnej oceny pracy dyplomowej, dziekan dopuszcza studenta do egzaminu. Protokół egzaminu sporządza przewodniczący komisji w APD, a zatwierdzenie przez członków komisji następuje poprzez uwierzytelnienie elektroniczne.

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna szczególną wagę przykładamy do dopasowania procesu dyplomowania do indywidualnych zainteresowań studentów i studentek. Przed rozpoczęciem roku akademickiego (5 semestru na studiach I stopnia) lub w semestrze poprzedzającym rozpoczęcie seminarium magisterskiego (1 semestr na studiach II stopnia) otrzymują oni drogą mailową informacje o promotorach, ich zainteresowaniach naukowych oraz przykładowych tematach wypromowanych w ostatnich latach prac, co pozwala na świadome podjęcie decyzji i lepsze powiązanie własnych kierunków rozwoju z działalnością badawczą kadry. Studenci i studentki są zachęceni do kontaktu mailowego z promotorami, zadawania pytań dotyczących zakresów badawczych, a także do konsultacji z pełnomocniczką ds. kierunku. Zapisy na seminaria odbywają się poprzez bezpośredni kontakt z wybranym promotorem; listy tworzone przez prowadzących są następnie przekazywane do osoby koordynującej wprowadzanie zapisów do systemu USOS.

Jeżeli student zrealizował zobowiązania przewidziane przez program studiów dziennikarstwo i komunikacja społeczna - tj. zdał egzaminy, uzyskał stosowne zaliczenia, zaliczył obowiązkowe praktyki przewidziane w programie oraz uzyskał pozytywną ocenę z pracy dyplomowej - dziekan dopuszcza studenta do egzaminu dyplomowego. Egzamin dyplomowy odbywa się przed komisją egzaminacyjną, którą powołuje dziekan. W skład komisji wchodzi co najmniej trzy osoby: promotor, recenzent lub recenzenci oraz przewodniczący komisji (dziekan, prodziekan, albo powołany przez dziekana

nauczyciel akademicki posiadający co najmniej stopień doktora). Egzamin dyplomowy przeprowadzany jest w formie ustnej i powinien odbyć się nie później niż przed upływem miesiąca od daty złożenia pracy dyplomowej. Ocena końcowa z egzaminu dyplomowego ustalana jest na niejawniej części posiedzenia komisji.

Przewodniczący komisji sporządza w APD protokół z egzaminu dyplomowego, a członkowie komisji zatwierdzają ten protokół. Ukończenie studiów następuje po uzyskaniu określonych w programie efektów uczenia się i wymaganej liczby punktów ECTS:

- dziennikarstwo i komunikacja społeczna, studia I stopnia - 180 punktów ECTS;
- dziennikarstwo i komunikacja społeczna, studia II stopnia - 120 punktów ECTS

oraz odbyciu przewidzianych w programie kształcenia praktyk, złożeniu pracy dyplomowej i zdaniu egzaminu dyplomowego. Dzień zdania egzaminu dyplomowego jest zarazem datą ukończenia studiów.

Podstawą obliczenia wyniku studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna są: średnia arytmetyczna wszystkich pozytywnych ocen z egzaminów i zaliczeń objętych planem studiów (lub Indywidualnym Planem Studiów); ocena pracy dyplomowej; ocena z egzaminu dyplomowego. Wynik studiów stanowi suma: 0,6 wyżej wspomnianej średniej; 0,2 oceny pracy dyplomowej (średnia ocen dwóch recenzji) oraz 0,2 oceny egzaminu dyplomowego. Ostateczny wynik studiów wpisywany jest do dyplomu zgodnie z zasadą: do 3,49 - dostateczny, 3,50 do 3,83 - dostateczny plus, 3,84 do 4,16 - dobry, 4,17 do 4,50 - dobry plus, powyżej 4,50 - bardzo dobry.

3.5. Monitorowanie postępów studentów

Wszystkie przedmioty nauczane na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UMK kończą się wystawieniem oceny - wyjątkiem są zajęcia z wychowania fizycznego. Formy zaliczenia są zróżnicowane i obejmują egzaminy pisemne, sprawdziany pisemne – obie formy z pytaniami zamkniętymi, w niektórych przedmiotach również otwartymi, indywidualne prace domowe, prace wykonywane w zespołach, aktywność na zajęciach, projekty i raporty z badań. Prace licencjackie i magisterskie oceniane są podwójnie, tj. przez promotora pracy i recenzenta. Zarówno prace roczne jak magisterskie są sprawdzane systemami antyplagiatowymi. Wystawiając i komunikując oceny respektujemy zasady RODO. Wyniki przekazywane są studentom poprzez ich indywidualne konta w systemie USOS. Załącznik 3.5. przedstawia strukturę ocen z wszystkich przedmiotów w roku akademickim 2024/2025.

3.6. Zasady sprawdzania i oceniania stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Zgodnie z Regulaminem Studiów Uniwersytetu Mikołaja Kopernika (§23) zasady uzyskania zaliczenia zajęć oraz kryteria oceniania ustala prowadzący zajęcia w porozumieniu z koordynatorem przedmiotu i przedstawia je studentom na pierwszych zajęciach, zgodnie z zapisami sylabusu. Prowadzący odpowiada za określenie efektów kształcenia przewidzianych dla przedmiotu, dobór odpowiednich metod ich weryfikacji oraz za ocenę stopnia ich osiągnięcia. Kryteria i metody oceniania, zgodne z efektami w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, są udostępniane studentom w systemie USOSweb w formie sylabusów. Szczegółowe regulacje dotyczące przygotowania sylabusów, opis kryteriów oceniania oraz zakres odpowiedzialności prowadzących i koordynatorów przedmiotów zostały określone w Zarządzeniu Nr 166 Rektora UMK z dnia 21 grudnia 2015 r. wraz z załącznikiem (zał. 3.6).

Ramowe terminy zaliczeń i egzaminów wyznacza Rektor UMK w zarządzeniach dotyczących organizacji roku akademickiego; aktualnie obowiązuje Zarządzenie Nr 46 Rektora UMK z dnia 27 marca 2023 r. w sprawie organizacji roku akademickiego 2023/2024. Regulamin studiów (§17) przewiduje pięciostopniową skalę ocen pozytywnych: bardzo dobry (5,0), dobry plus (4,5), dobry (4,0), dostateczny plus (3,5), dostateczny (3,0), oraz ocenę negatywną - niedostateczny (2,0). Z kolei §81 Regulaminu stanowi, że w dyplomie ukończenia studiów zamieszcza się wynik końcowy obliczany według zasad określonych w kryterium 3.4., uwzględniający oceny z egzaminów i zaliczeń, średnią ocen ze studiów oraz ocenę pracy dyplomowej i egzaminu dyplomowego.

Do systemu weryfikacji efektów uczenia się włączone są również praktyki zawodowe, które odbywają się na II roku studiów I stopnia i kończą się zaliczeniem na podstawie dziennika praktyk oraz opinii opiekuna zewnętrznego i uczelnianego. Ocena ta potwierdza nabycie umiejętności praktycznych oraz kompetencji społecznych związanych z pracą zespołową i odpowiedzialnością zawodową. Zasady zaliczania praktyk są integralną częścią procesu oceniania, a ich wyniki – podobnie jak zaliczenia i egzaminy – mają wpływ na przygotowanie studentów do egzaminu dyplomowego, który kończy cały cykl kształcenia i weryfikuje stopień osiągnięcia wszystkich zakładanych efektów uczenia się.

3.7. Dobór metod sprawdzania i oceniania stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Efekty uczenia się na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna podlegają systematycznej weryfikacji podczas zaliczeń semestralnych każdego przedmiotu, zgodnie z kryteriami określonymi w sylabusach. Prowadzący zajęcia, w porozumieniu z koordynatorem przedmiotu, dobiera metody sprawdzające adekwatne do zakładanych efektów, obejmujących wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne. W przypadku zajęć o charakterze wykładowym, których głównym celem jest przekazanie wiedzy teoretycznej, stosowane są przede wszystkim egzaminy ustne i pisemne, testy z pytaniami otwartymi i zamkniętymi czy eseje naukowe, koncentrujące się na weryfikacji wiedzy merytorycznej. Natomiast zajęcia aktywizujące, takie jak konwersatoria, ćwiczenia i laboratoria, w większym stopniu nastawione są na kształtowanie i sprawdzanie umiejętności praktycznych i kompetencji społecznych. W ich ramach studenci przygotowują prezentacje, referaty, prace pisemne czy projekty badawcze, indywidualne i zespołowe, które pozwalają ocenić m.in. umiejętność logicznego argumentowania, krytycznego myślenia, pracy z tekstem naukowym, przeglądu literatury przedmiotu, a także kompetencje komunikacyjne, dialogowe i zdolność do współpracy. Weryfikacja efektów obejmuje również bieżącą obserwację pracy studentów na zajęciach, ich aktywność podczas dyskusji oraz umiejętność działania w grupie projektowej.

Studenci na bieżąco informowani są o swoich postępach, np. po odpowiedziach ustnych, rozwiązaniu zadań czy sprawdzonych pracach, a wyniki zaliczeń i egzaminów są rejestrowane w systemie USOSweb. W przypadku przedmiotów składających się z części teoretycznej i praktycznej (np. wykład + ćwiczenia, wykład + laboratorium), wystawiane są dwie odrębne oceny. Dodatkowo, studenci oceniają jakość kształcenia i realizację efektów uczenia się poprzez ankiety ewaluacyjne, przeprowadzane zgodnie z Zarządzeniem Nr 254 Rektora UMK z 18 listopada 2020 r.; ich wyniki analizuje Wydziałowa Komisja ds. Jakości Kształcenia, formułując rekomendacje służące doskonaleniu dydaktyki. W trosce o podnoszenie jakości procesu nauczania UMK organizuje także dla kadry bezpłatne szkolenia z zakresu nowoczesnych metod dydaktycznych, w tym technik aktywizujących i e-learningowych.

Weryfikacja efektów uczenia się języków obcych prowadzona jest przez lektorów Uniwersyteckiego Centrum Języków Obcych, zgodnie z obowiązującymi standardami. Integralnym elementem programu są również obowiązkowe praktyki zawodowe realizowane między na II roku studiów I stopnia w

wymiarze 120 godzin, których zaliczenie jest warunkiem ukończenia studiów i które dodatkowo potwierdzają nabycie efektów uczenia się w zakresie umiejętności praktycznych i kompetencji społecznych.

3.8. Rodzaje i tematyka prac etapowych i egzaminacyjnych, projektów

Prace etapowe i projektowe na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mają charakter interdyscyplinarny – obejmują zarówno klasyczne elementy akademickie (eseje, analizy, konspekty badań), jak i zadania praktyczne związane z warsztatem dziennikarskim, brandingiem czy promocją. Służą one nie tylko weryfikacji wiedzy, ale też przygotowują studentów do samodzielnych badań oraz pracy w branży medialnej i komunikacyjnej.

Do najczęściej realizowanych należą:

- Debaty, eseje i prezentacje tematyczne – np. na temat funkcjonowania polskiego systemu medialnego, problemów współczesnego społeczeństwa czy zjawisk takich jak dezinformacja i rola sztucznej inteligencji w mediach.
- Projekty badawcze – przygotowanie narzędzi badawczych i analiza materiału empirycznego w ramach kursu Metody badań medioznawczych. Na laboratoriach z Metod i technik badań realizowane są projekty zaliczeniowe obejmujące obserwację, sondaż oraz analizę treści.
- Prace projektowe z obszaru komunikacji i PR – np. opracowanie strategii komunikacyjnej organizacji, analiza przypadków z zakresu zarządzania reputacją, projekty zespołowe rozwijające kompetencje w zakresie planowania i realizacji działań komunikacyjnych.
- Zadania z brandingu i komunikacji strategicznej – projekt zaliczeniowy w formie pełnej strategii marki, praca nad case study rebrandingu czy analiza komunikacji wizualnej wybranej organizacji.
- Projekty startupowe i przedsiębiorcze – np. przygotowanie pitch decku, symulacje funkcjonowania startupów, modelowanie procesów komunikacyjnych w nowych inicjatywach technologicznych.
- Prace praktyczne w obszarze dziennikarstwa internetowego i social mediów – tworzenie artykułów online, nagłówków, treści multimedialnych i materiałów wideo, analiza strategii redakcji cyfrowych, projekty grupowe typu „symulowana redakcja internetowa”.
- Ćwiczenia z zakresu promocji i reklamy – przygotowanie planu lokalnego eventu promocyjnego, koncepcji kampanii reklamowej czy projektu reklamy wideo przeznaczonej do mediów społecznościowych.
- Projekty indywidualne i zespołowe z obszaru nowych formatów medialnych – np. analiza kont w social mediach, przygotowanie podcastów, vlogów, rolek czy infografik.

W ten sposób studenci rozwijają zarówno umiejętności badawcze (konspekty, projekty metodologiczne), jak i praktyczne (warsztaty dziennikarskie, projekty reklamowe i brandingowe), co przygotowuje ich do pracy naukowej, a zarazem odpowiada na realne potrzeby rynku medialnego i komunikacyjnego.

3.9. Rodzaje i tematyka prac dyplomowych

Studia I stopnia

Na studiach I stopnia studenci przygotowują prace licencjackie, które są pierwszym poważnym krokiem w ich działalności naukowej i badawczej. Tematyka prac licencjackich jest szeroka i obejmuje wiele aspektów współczesnego dziennikarstwa i komunikacji społecznej, często skupiając się na analizie mediów cyfrowych i ich wpływu na społeczeństwo i jednostkę:

1. Media i technologie cyfrowe, przykładowa tematyka:

- portale społecznościowe i influencerzy; analiza dyskursu o feminatywach na łamach polskiej prasy,
- rola Instagrama jako formy dziennikarstwa podróżniczego oraz w promowaniu marek, np. YOUR KAYA, mBank i Monobank
- wykorzystanie Twittera/X do analizy wojny Rosji z Ukrainą oraz do przedstawiania zmian klimatu; Twitter jako narzędzie komunikacji między klubem sportowym a fanami (Anwil Włocławek).
- wykorzystanie serwisów społecznościowych do promowania produktów przez influencerów; współczesność czytelnicza na Bookstagramie

2. Podcasty i radio internetowe, przykładowa tematyka:

- specyfika radia internetowego (Radio 357, Radio Nowy Świat)
- postrzeganie i wykorzystanie podcastów przez studentów UMK; podcasty jako nowa forma dziennikarstwa; struktura i funkcje podcastów true crime.

3. Gry komputerowe, przykładowa tematyka

- wizerunek konsumentów gier komputerowych
- archiwizacja nowoczesnych form mediów na przykładzie gier komputerowych

4. YouTube i streaming, przykładowa tematyka:

- publikacje ekspertów piłki nożnej i ich odbiór przez użytkowników mediów społecznościowych
- muzyczne serwisy streamingowe a dystrybucja muzyki w XXI wieku
- platforma YouTube jako nowe narzędzie komunikacji w pracy dziennikarza; nowe podejścia do wywiadów z wykorzystaniem YouTube

5. Media tradycyjne a nowe, przykładowa tematyka:

- analiza różnic między mediami internetowymi a telewizyjnymi,
- mechanizmy działania współczesnych redakcji a poczucie dziennikarskiej misji

6. Komunikacja społeczna i interpersonalna, przykładowa tematyka:

- komunikacja interpersonalna (m.in) jako narzędzie wywierania wpływu oraz w różnorodnych środowiskach zawodowych)
- kompetencje komunikacyjne i formy komunikowania
- odbiór kampanii społecznych przez studentów
- komunikacja coachingowa
- komunikacja w ramach konfliktów w mediach społecznościowych
- komunikacja sprzedażowa w mediach społecznościowych

- komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych

7. Wizerunek i marketing, przykładowa tematyka:

- marketing sportowy i e-sportowy
- wizerunek płci i ról społecznych w ramach komunikacji marek w mediach społecznościowych i na łamach prasy
- rola mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku firmy
- reklama a kreowanie potrzeb, narzędzia perswazyjne w reklamie

8. Problematyka społeczna i kulturowa, przykładowa tematyka:

- malarstwo jako forma komunikacji wizualnej
- memy internetowe jako sposób komunikacji
- wydarzenia medialne i ich rola komunikologiczna
- działalność pato-influencerów jako fenomen popkulturowy

9. Dziennikarstwo i publicystyka, przykładowa tematyka:

- przemiany w zawodzie dziennikarza
- rola mediów społecznościowych w pracy dziennikarza
- publicystyka sportowa i muzyczna

Tematyka prac I stopnia wykorzystuje metody badawcze takich jak: analiza treści (prasa, media społecznościowe, reklamy), studium przypadku (firmy, marki, influencerzy, kanały mediów), badania ankietowe (studenci UMK, użytkownicy mediów), a także analiza dyskursu i badania kulturoznawcze.

Studenci nabywają i weryfikują kompetencje naukowe poprzez:

- opiekę merytoryczną, gdyż każda praca powstaje pod kierunkiem opiekuna naukowego, który wspiera studenta w całym procesie badawczym. Wśród opiekunów znaleźli się m.in. dr hab. Magdalena Mateja prof. UMK, prof. dr hab. Marek Jeziński, dr hab. Aleksandra Seklecka prof. UMK, dr Łukasz Wojtkowski, dr hab. Barbara Brodzińska-Mirowska prof. UMK, dr hab. Marcin Lisiecki prof. UMK, dr hab. Wiesław Waclawczyk prof. UMK, dr hab. Iwona Massaka prof. UMK, prof. dr hab. Marek Szulakiewicz.
- Recenzje naukowe, gdyż prace licencjackie są poddawane ocenie przez co najmniej dwóch recenzentów, w tym często przez opiekuna naukowego oraz innego samodzielnego pracownika naukowego, co gwarantuje niezależną weryfikację jakości badań
- ocenę pracy dyplomowej, gdyż jest ona miarą opanowania przez studenta umiejętności badawczych i analitycznych.
- egzamin dyplomowy, który składa się z odpowiedzi na pytania komisji (dwa pytania zadaje promotor, jedno recenzent), co pozwala studentom wykazać się umiejętnością obrony swoich ustaleń badawczych i prowadzenia dyskusji naukowej.

Ogólny wynik studiów jest syntetyczną oceną osiągniętych kompetencji, w tym naukowych, uwzględniającą średnią ze studiów, ocenę z pracy i ocenę z egzaminu.

Studia II stopnia

Na studiach II stopnia studenci piszą prace magisterskie, które powinny charakteryzować się większą głębią analizy, oryginalnością badawczą i zaawansowaną metodologią. Tematyka prac magisterskich często rozwija zagadnienia podjęte na I stopniu lub wchodzi w bardziej złożone i interdyscyplinarne obszary:

1. Media i technologie cyfrowe, przykładowa tematyka:

- portale społecznościowe i influencerzy, blogi osobiste, kanały na platformie YouTube,
- TikTok jako narzędzie budowania wizerunku marki
- zastosowanie influencer marketingu w strategii marketingowej

2. Komunikacja społeczna i interpersonalna:

- technologia wirtualnej rzeczywistości w kontekście komunikacji interpersonalnej
- komunikacja interpersonalna w dobie komunikacji człowieka z chatbotem

3. Wizerunek i marketing:

- promocja festiwali muzycznych na przykładzie
- influencer marketing jako narzędzie promocji marki
- kreowanie wizerunku w portalach tabloidowych
- kreowanie wizerunku w portalach internetowych
- społeczna odpowiedzialność biznesu jako element budowania wizerunku marki
- wizerunek medialny w kampaniach wyborczych

4. Problematyka społeczna i kulturowa:

- język fake newsów, rola dezinformacji we współczesnych mediach
- mediatyzacja zjawisk społecznych
- blogi i ich znaczenie w różnorodnych społecznościach internetowych

5. Dziennikarstwo i publicystyka:

- współczesne dziennikarstwo a etyka dziennikarska, profesjonalizm przekazów medialnych
- praktyka zawodu dziennikarza
- promocja kultury
- wizerunek i rola dziennikarza w promocji postaw i zjawisk społecznych

W pracach magisterskich również dominują analiza treści i studia przypadku, ale mogą być pogłębione o bardziej zaawansowane techniki badawcze. Często pojawiają się również elementy badań jakościowych (np. analiza semiotyczna narracji, dyskursu), badań kulturoznawczych oraz analiza porównawcza.

Proces weryfikacji kompetencji jest analogiczny do studiów I stopnia, ale wymaga wyższego poziomu samodzielności i zaawansowania naukowego:

- opieka merytoryczna, gdyż praca magisterska jest prowadzona pod kierunkiem opiekuna naukowego, takiego jak dr hab. Aleksandra Seklecka prof. UMK, dr Łukasz Wojtkowski, dr hab. Marcin Lisiecki prof. UMK, dr hab. Magdalena Mateja prof. UMK, dr hab. Wiesław Wacławczyk prof. UMK, dr hab. Barbara Brodzińska-Mirowska prof. UMK, prof. dr hab. Marek Szulakiewicz, dr hab. Iwona Massaka prof. UMK, prof. dr hab. Marek Jeziński.

- recenzje naukowe - prace magisterskie podlegają ocenie przez co najmniej dwóch recenzentów, którzy są doświadczonymi naukowcami.
- ocena pracy dyplomowej, która odzwierciedla głębokość badań i analitycznego myślenia.
- egzamin dyplomowy, który stanowi ustną obronę pracy, podczas której student musi wykazać się wszechstronną wiedzą z zakresu tematyki pracy i kierunku studiów.
- ogólny wynik studiów stanowi kompletna ocena osiągnięć studenta, uwzględniająca całościowy przebieg studiów oraz wyniki z pracy i egzaminu dyplomowego.

Podsumowując, zarówno prace licencjackie, jak i magisterskie, na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UMK w latach 2023-2024, stanowią kompleksowy system kształcenia i weryfikacji kompetencji naukowych. Różnią się poziomem zaawansowania i oczekiwań, odzwierciedlając etapy rozwoju studenta jako badacza.

3.10. Sposoby dokumentowania osiągniętych efektów uczenia się

Potwierdzenie, dokumentowanie i archiwizacja weryfikacji efektów uczenia się odbywa się poprzez: elektroniczne protokoły zaliczeń w systemie USOS, a także dokumenty gromadzone w systemie APD, takie jak wydrukowane i podpisane protokoły, recenzje prac dyplomowych, raporty z Jednolitego Systemu Antyplagiatowego, protokoły egzaminów dyplomowych oraz finalnie - dyplom i suplement do dyplomu.

3.12. Wyniki monitoringu losów absolwentów

Mechanizmy i procedury monitorowania losów absolwentów na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu są traktowane z dużą wagą i funkcjonują na wszystkich poziomach instytucjonalnych – od ogólnouniwersyteckich zarządzeń regulujących cały proces, po działania jednostek wydziałowych i instytutowych. Na poziomie wydziałów zadania te realizują Wydziałowe Komisje ds. Jakości Kształcenia, które prowadzą monitoring i ewaluację, a następnie formułują rekomendacje dotyczące modyfikacji programów studiów, implementowane później na poziomie Instytutów i Katedr. Procedura monitorowania losów absolwentów jest określona w Zarządzeniu Nr 205 Rektora UMK z dnia 31 grudnia 2019 r. w sprawie procedury monitorowania losów absolwentów na Uniwersytecie. Ważną rolę w tym procesie pełni Dział Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów, którego działalność koncentruje się zarówno na monitorowaniu sytuacji zawodowej absolwentów, jak i wspieraniu studentów oraz osób kończących studia w wejściu na rynek pracy.

Zadania tej jednostki to m.in.:

- pomoc studentom i absolwentom Uniwersytetu w rozpoznawaniu predyspozycji zawodowych i planowaniu ścieżek kariery zawodowej poprzez doradztwo indywidualne i grupowe,
- pomoc studentom i absolwentom w rozwoju umiejętności potrzebnych na rynku pracy poprzez prowadzenie warsztatów, szkoleń i zajęć ogólnouniwersyteckich,
- gromadzenie ofert pracy, praktyk, stażów, wolontariatu dla studentów i absolwentów Uniwersytetu poprzez nawiązywanie kontaktów z firmami i instytucjami,
- gromadzenie informacji o kursach językowych, komputerowych, zawodowych, stypendiach, studiach podyplomowych i zagranicznych konkursach, projektach, programach,
- podpisywanie z firmami, instytucjami umów dotyczących studenckich praktyk nieobowiązkowych na podstawie pełnomocnictwa rektora oraz ich obsługa administracyjna,

- organizowanie na Uniwersytecie targów pracy oraz spotkań z krajowymi i zagranicznymi pracodawcami, którzy dokonują prezentacji swych firm i instytucji pod kątem planów związanych z zatrudnieniem nowych pracowników,
- prowadzenie bazy danych studentów i absolwentów zainteresowanych poszukiwaniem praktyk, pracy oraz korzystaniem z warsztatów, szkoleń,
- prowadzenie bazy danych pracodawców współpracujących z Działem Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów UMK,
- informowanie studentów i absolwentów o możliwościach wsparcia dla osób planujących własną działalność gospodarczą,
- realizacja projektów związanych z działalnością Działu Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów UMK współfinansowanych ze środków zewnętrznych,
- przyjmowanie i szkolenie praktykantów w Dziale Zawodowej Promocji Studentów i Absolwentów UMK,
- prowadzenie monitoringu losów zawodowych absolwentów UMK i opracowywanie danych pochodzących z tych badań w ramach uniwersyteckiego systemu jakości,
- przygotowywanie informatorów, raportów i innych opracowań w oparciu o wyniki prowadzonych badań otoczenia społeczno-gospodarczego.

Dane dotyczące losów absolwentów, zbierane w ramach tego monitoringu w okresie sześciu miesięcy od ukończenia studiów, są udostępniane w formie interaktywnego formularza online, dostępnego na stronie internetowej UMK. Formularz umożliwia filtrowanie wyników według wydziału, kierunku, trybu i rodzaju studiów oraz roku akademickiego, co pozwala na szczegółową analizę sytuacji zawodowej absolwentów w różnych obszarach.

Na poziomie wydziałowym raporty z badań losów absolwentów przygotowane są przez specjalistów w tego zakresu. Badania przygotowane przez dr hab. Krystynę Mruczek-Nasieniewską, prof. UMK, na podstawie Monitoringu Losów Absolwentów, dostarczają cennych informacji na temat aktywności zawodowej, dalszego kształcenia oraz luk kompetencyjnych. Badania przeprowadzono zgodnie z Zarządzeniem nr 205 Rektora UMK z dnia 31 grudnia 2019 roku.

Wskazują one na wysoki wskaźnik aktywności absolwentów Wydziału: zarówno 3 lata po studiach (rocznik 2019-2020), jak i 6 miesięcy po studiach (rocznik 2022-2023) absolwenci Wydziału wykazują wysoką aktywność zawodową. W przypadku rocznika 2019-2020, 97,37% badanych było aktywnych zawodowo, a zdecydowana większość, bo 90,79%, podjęła pracę zarobkową. Wyniki dla rocznika 2022-2023 są nieznacznie niższe, ale wciąż wysokie: 90,59% aktywnych zawodowo, z czego 74,71% podjęło pracę zarobkową.

W raporcie znalazło się wiele ciekawych statystyk, dających nie tylko dających wgląd w losy absolwentów Wydziału, ale i kierunki działania na rzecz doskonalenia oferty dydaktycznej, kształcenia oraz praktycznych elementów nauczania:

1. wśród absolwentów studiów I stopnia 3 lata po studiach 95,79% z nich było aktywnych zawodowo, a 90,53% podjęło pracę zarobkową. 6 miesięcy po studiach 88,41% absolwentów podjęło pracę (co stanowi wzrost z 87,72% w poprzednim badaniu), a 68,12% podjęło pracę zarobkową (wzrost z 60,71%).
2. wśród absolwentów studiów II stopnia 3 lata po studiach 100% absolwentów było aktywnych zawodowo, a 91,23% podjęło pracę zarobkową. 6 miesięcy po studiach 88,73% absolwentów było aktywnych zawodowo (wzrost z 88,33%), a 76,06% podjęło pracę zarobkową

3. 3 lata po studiach prawie 60% badanych było zadowolonych z podjętej pracy; 6 miesięcy po studiach ten wskaźnik spadł do nieco ponad 43%, a jedna czwarta respondentów wykazała postawę neutralną.
4. w obu badaniach większość absolwentów (39,47% w 2019/2020 i 27,18% w 2022/2023) wskazało przedział zarobków netto 3000-3999 zł.
5. należy zaznaczyć, że w badaniu 6 miesięcy po studiach wzrósł odsetek osób zarabiających powyżej 5000 zł do ponad 12,62% (poprzednio 8,97%, a jeszcze wcześniej nikt nie deklarował takiej kwoty). Ponad 9% absolwentów z rocznika 2019-2020 zarabiałoby ponad 6000 zł, a 1,75% ogółu ponad 8000 zł.
6. 3 lata po studiach najwięcej absolwentów pracowało w sektorze edukacji i szkoleń (29,20%), pracy asystenckiej i biurowej (15,04%) oraz marketingu/reklamy/promocji/PR (13,27%). Po 6 miesiącach odsetki te rozłożyły się inaczej: sprzedaż (19,23%), edukacja i organizacja szkoleń (16,35%), pracownicy biurowi (8,65%), IT (6,73%), marketing i promocja (6,73%), sektor „kosmetologia, medycyna, zdrowie” (6,73%).
7. Zawężając do kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, absolwenci po 3 latach najczęściej pracowali w marketingu, reklamie, promocja czy PR (42,11% 3 lata po studiach); po 6 miesiącach zaś głównie pracownicy biurowi (25%) i sprzedaż/obsługa klienta (25%), co pokazuje specyfikę tych branż, w których liczy się przede wszystkim praktyka i sukcesywne zdobywanie doświadczenia, często interdyscyplinarnego i łączącego różne kompetencje
8. 3 lata po studiach absolwenci wskazywali, że w miejscu pracy kluczowe są: komunikatywność (75,68%), właściwa organizacja pracy (74,32%), zaangażowanie (64,86%), kreatywność i odporność na stres (po 60,81%)
9. 6 miesięcy po studiach absolwenci najwyżej ocenili zdobyte umiejętności takie jak: krytyczne myślenie (59,91%), wyciąganie wniosków (58,88%), samokształcenie (57,02%), pisanie tekstów (58,42%) oraz umiejętności praktyczne zgodne z kierunkiem studiów (58,42%).

Jeżeli zaś chodzi o kontynuowanie kształcenia przez absolwentów, to odsetek kontynuujących kształcenie 3 lata po studiach wyniósł 13,82% absolwentów podjęło dalsze kształcenie, przy czym co najmniej 4,61% łączyło pracę z nauką. Wśród absolwentów I stopnia 16,84% kontynuowało kształcenie, a w przypadku II stopnia - 8,77%. 6 miesięcy po studiach odsetek ten był znacząco wyższy - 31,76% absolwentów podjęło dalsze kształcenie, a znacząca część połączyła aktywność zawodową z nauką. Wśród absolwentów I stopnia aż 62,32% dalej się kształci (wzrost z 53,57% w poprzednim badaniu), a co najmniej 30,44% łączyło pracę z nauką. W przypadku studiów II stopnia 14,08% absolwentów dalej się kształci (nieznaczny spadek z 15%). Dodatkowo warto podkreślić, iż na poziomie analizy wydziałowej absolwenci podejmowali bardzo różnorodne formy i zakresy kształcenia, w tym specjalistyczne kierunki pedagogiczne i terapeutyczne (np. arteterapia, diagnoza i terapia osób ze spektrum autyzmu, integracja sensoryczna, neurologopedia, socjoterapia, oligofrenopedagogika) odejmowano również kształcenie w obszarach takich jak rachunkowość i podatki, zamówienia publiczne, zarządzanie projektami czy zarządzanie zasobami ludzkimi.

Duża aktywność zawodowa absolwentów Wydziału oraz stosunkowo duże zadowolenie ze swojej sytuacji zawodowej dobrze świadczą o kształceniu na Wydziale, jednakże istnieją obszary wymagające poprawy, szczególnie w kontekście dynamicznie zmieniającego się rynku pracy. Rekomendacje wynikające z badań obejmują:

1. Rozwijanie kompetencji językowych - przeanalizowanie możliwości udostępnienia studentom zaawansowanych zajęć językowych, w tym w języku angielskim (np. wykłady fakultatywne), oraz zadbanie o rozwój innych języków obcych.
2. Wzmocnienie oferty praktyk i staży poprzez np. nawiązanie współpracy z absolwentami w celu poszerzenia i uatrakcyjnienia oferty staży i praktyk zawodowych.
3. Rozwój kompetencji miękkich, takich jak budowanie relacji, komunikatywność, zaangażowanie, kreatywność i odporność na stres.
4. Poprawa spójności i praktyczności programów studiów - przegląd programów studiów pod kątem powtarzających się treści, ich przejrzystości i spójności, a także zwiększenie oferty zajęć praktycznych.
5. Zachęcanie do podejmowania pogłębionych dyskusji w trakcie zajęć dydaktycznych.

Wydziałowa Rada ds. Jakości Kształcenia, biorąc pod uwagę wyniki ankiet, aktywnie pracuje nad wdrożeniem zaleceń, aby jeszcze lepiej przygotowywać absolwentów do wyzwań rynku pracy i zaspokajać ich oczekiwania edukacyjne i zawodowe.

Pragniemy jednak zwrócić uwagę na działania podjęte na poziomie kierunkowym, obejmujące rozszerzenie oferty językowej, rozbudowę sieci praktyk, dodanie zajęć rozwijających kompetencje miękkie i analityczne, usunięcie powtarzalnych treści oraz stosowanie metod dydaktycznych opartych na aktywnej dyskusji i pracy projektowej. Działania, które podjęliśmy, to:

1. Rozwinięcie i zróżnicowanie oferty zajęć w języku obcym, pozwalające na rozwinięcie zarówno kompetencji w zakresie języka ogólnego, jak i specjalistyczny w zakresie mediów i komunikacji. Studenci zachęceni są do korzystania z oferty ogólnouniwersyteckiej (np. YUFE, Erasmus+), co dodatkowo wspiera rozwój językowy i międzykulturowy.
2. Rozbudowaliśmy sieć interesariuszy (o m.in. TVP3 Bydgoszcz, Polskie Radio PiK, Dwór Artusa, Tofifest i Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu) i podpisano formalne umowy o współpracy. Dzięki temu studenci mają dostęp do różnorodnych miejsc praktyk, w tym redakcji, instytucji kultury, agencji reklamowych i kreatywnych, a także mikrofirm i firm z sektora MŚP, posiadających działy marketingu i pozwalających na rozwijanie umiejętności w ramach praktyk, stażów, spotkań warsztatowych czy dyskusji panelowych. Staramy się w proces współpracy na poziomie praktycznym włączać również absolwentów wydziału - Miłosz Cichocki, prezes Stowarzyszenia Lokomotywa Biznesu, jest absolwentem kierunku socjologia, zaś Anna Stawowska, kierowniczka Działu Promocji Dworu Artusa - absolwentką dziennikarstwa i komunikacji społecznej.
3. Pogłębienie realizowania rozwoju kompetencji miękkich w sposób systemowy poprzez szereg zajęć obowiązkowych i specjalnościowych. Obok zajęć takich jak O słuchaniu, Storytelling czy Laboratorium języka polskiego, które wprost kształtują umiejętności komunikacyjne, krytyczne i narracyjne, ważną rolę odgrywają także warsztaty dziennikarskie (prasowe, radiowe, telewizyjne i internetowe), rozwijające pracę zespołową, odpowiedzialność za wspólny projekt oraz odporność na stres wynikający z pracy w warunkach presji czasu. Kompetencje związane z krytycznym myśleniem i etycznym podejmowaniem decyzji wspierają zajęcia Dezinformacja i jej przeciwdziałanie, natomiast zdolności strategiczne, kreatywność i planowanie rozwijane są w ramach kursów poświęconych komunikacji politycznej i marketingowi politycznemu, takich jak Kampanie wyborcze na świecie czy Organizacja kampanii wyborczej. Umiejętność świadomego korzystania z języka i obrazu wzmacnia zajęcia Językowe techniki oraz

Komunikacja wizualna, a kreatywność i komunikatywność w pracy z różnymi grupami interesariuszy kształtują zajęcia Promocja instytucji publicznych i kultury czy Badania i strategie w branding. Ponadto seminaria licencjackie i magisterskie sprzyjają rozwijaniu umiejętności argumentacji, prezentacji publicznej i pracy w zespole badawczym, natomiast projekty multimedialne, takie jak Podcast czy Produkcja wideo, kształcą zdolności współpracy i twórczego rozwiązywania problemów. Wreszcie zajęcia z zakresu Zarządzania komunikacją online czy Zarządzania kampaniami w mediach wzmacniają elastyczność, umiejętność budowania relacji i komunikatywność w przestrzeni cyfrowej. Dzięki temu rozwój kompetencji miękkich jest nie tylko uzupełnieniem kształcenia teoretycznego, ale jego nieodłączną częścią, przygotowującą absolwentów do świadomego, odpowiedzialnego i skutecznego działania w zróżnicowanym środowisku medialnym i społecznym.

4. W ramach tworzenia nowego planu i programu studiów przeprowadziliśmy kompleksowy przegląd treści kształcenia, nastawiony na aktualizację względem stanu naszej dyscypliny, potrzeb rynkowych i praktycznych elementów nauczania. Wyeliminowaliśmy powtarzalne kursy, wprowadzając w ich miejsce zajęcia o bardziej precyzyjnym i nowoczesnym profilu: przykładowo Creative writing zastąpiliśmy Storytellingiem, a Kulturę języka - Laboratorium języka polskiego. Równolegle program został wzbogacony o nowe przedmioty odpowiadające na aktualne potrzeby rynku pracy i kierunki badań w dyscyplinie nauk o komunikacji społecznej i mediach, takie jak Dezinformacja i jej przeciwdziałanie, Sztuczna inteligencja, Podcast czy Perswazja i manipulacja w reklamie. Dodatkowo zmodyfikowane zostały sylabusy dotychczasowych zajęć, m.in. Socjologia mediów, Promocja i reklama, Warsztat dziennikarza internetowego oraz Media lokalne i środowiskowe, tak, aby w większym stopniu uwzględniały aspekty praktyczne i przygotowywały studentów do pracy w dynamicznie zmieniającym się środowisku komunikacyjnym. W rezultacie program kształcenia zyskał większą spójność i lepiej odzwierciedla współczesne wyzwania zawodowe oraz naukowe związane z komunikacją i mediami.
5. Celem aktywizacji studentów do pogłębionych dyskusji zmodyfikowaliśmy program studiów tak, aby uwzględnić wiele form zajęć sprzyjających pogłębionej refleksji, takich jak konwersatoria, laboratoria, wykłady konwersatoryjne i problemowe. Stosowane metody dydaktyczne to m.in. studium przypadku, metoda projektowa, debaty, analiza treści medialnych czy dyskusje panelowe - wszystkie zachęcają studentów do krytycznego myślenia i rozmowy. Seminaria licencjackie i magisterskie prowadzone są w zróżnicowanych obszarach badawczych (m.in. komunikacja polityczna, komunikacja wizualna, reklama, marketing, branding, dezinformacja, sztuczna inteligencja, kultura popularna), co sprzyja rozwijaniu własnych zainteresowań i podejmowaniu naukowych dyskusji. Dodatkowo, zmienione sylabusy takich zajęć jak Socjologia mediów, Promocja i reklama, Warsztat dziennikarza internetowego czy Media lokalne i środowiskowe, poprzez ujęcie w nich aktualnych i atrakcyjnych dla studentów tematów związanych z szeroko rozumianym krajobrazem medialnym, w naturalny sposób wzmacniają zaangażowanie i chęć podejmowania pogłębionych dyskusji podczas zajęć.

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 3 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	nd.	nd.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 3:

Dobłą praktyką jest bez wątpienia zróżnicowana tematyka prac dyplomowych, które są bezpośrednio związane z aktualnymi zjawiskami społecznymi i medialnymi. Pozwala głęboką analizę problemów, które są bliskie zainteresowaniom studentów i studentek, jednocześnie pozostając w bezpośrednim związku z dynamicznie zmieniającą się rzeczywistością.

Kryterium 4. Kompetencje, doświadczenie, kwalifikacje i liczebność kadry prowadzącej kształcenie oraz rozwój i doskonalenie kadry

4.1. Dorobek naukowy i osiągnięcia dydaktyczne osób prowadzących zajęcia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Realizacja efektów uczenia się na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna możliwa jest dzięki wysoce zróżnicowanej i kompetentnej kadrze dydaktycznej. Trzon stanowią pracownicy i pracownice Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa – badacze i badaczki mediów, komunikacji politycznej, kultury popularnej, metodologii badań, komunikacji wizualnej i praktyki dziennikarskiej. Ich działalność naukowa, realizowana w ramach projektów krajowych i międzynarodowych, znajduje bezpośrednie przełożenie na treści programowe oraz metody dydaktyczne stosowane na zajęciach, co pozwala studentom na łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką.

Kadrę Katedry uzupełniają specjaliści i specjalistki z innych jednostek UMK oraz praktycy spoza uniwersytetu. Są wśród nich badacze systemów politycznych i kampanii wyborczych, fotografii i sztuk wizualnych, filozofii i etyki, bezpieczeństwa informacyjnego czy zarządzania zasobami ludzkimi. Dzięki temu studenci zdobywają zarówno pogłębioną wiedzę teoretyczną, jak i kompetencje praktyczne związane z funkcjonowaniem mediów, komunikacją w różnych obszarach życia społecznego oraz rozwijaniem umiejętności miękkich niezbędnych na rynku pracy.

Tak skonstruowana kadra zapewnia pełne pokrycie zakładanych efektów kształcenia na obu poziomach studiów – zarówno I, jak i II stopnia – i pozwala na ich osiągnięcie w różnych perspektywach badawczych i praktycznych.

1. prof. dr hab. Marek Jeziński

Profesor nauk społecznych, dyrektor Instytutu Badań Informacji i Komunikacji, wnosi do procesu kształcenia wieloletnie doświadczenie w zakresie socjologii, politologii, kultury popularnej i metodologii badań społecznych. Jego dorobek obejmuje badania nad transformacją zawodu dziennikarza, dziennikarstwem muzycznym i zjawiskiem mowy nienawiści w przestrzeni publicznej, publikowane w prestiżowych czasopismach naukowych i realizowane w projektach badawczych o zasięgu międzynarodowym. W dydaktyce

wykorzystuje nowoczesne metody badawcze i studia przypadku, kształtując u studentów umiejętność krytycznej analizy zjawisk społeczno-komunikacyjnych.

Na studiach I stopnia prowadzone przez niego zajęcia, takie jak Socjologia czy Antropologia kultury, wspierają osiąganie efektów K_W01 (znajomość podstaw nauk społecznych i ich relacji do komunikacji), K_U01 (umiejętność selekcji i analizy informacji) oraz K_K03 (gotowość do uczestnictwa w inicjatywach społecznych). Dzięki wprowadzaniu wyników własnych badań studenci nabywają kompetencje interpretacji procesów kulturowych i politycznych we współczesnym świecie.

Na studiach II stopnia zajęcia z zakresu metodologii badań i socjologii mediów wspierają efekty K_W02 (pogłębiona wiedza o metodach badawczych), K_U04 (umiejętność formułowania hipotez i opinii na podstawie analiz procesów społecznych) oraz K_K01 (krytyczna ocena posiadanej wiedzy i treści medialnych). Studentki i studenci uczą się łączyć podejście teoretyczne z praktyką badawczą, co przygotowuje ich do samodzielnych badań oraz pracy w zawodach wymagających kompetencji analitycznych.

2. dr hab. Brodzińska-Mirowska, prof. UMK jest specjalistką w obszarze komunikowania politycznego, PR instytucji publicznych oraz badań nad mediami w kontekście procesów demokratycznych. Jej dorobek obejmuje liczne publikacje naukowe w prestiżowych czasopismach oraz udział w krajowych i międzynarodowych projektach badawczych, w tym m.in. w konsorcjum badającym strategię komunikacyjne partii politycznych oraz w międzynarodowym projekcie PODTRUST. Łączy działalność badawczą z dydaktyką – prowadzi zajęcia z zakresu komunikacji politycznej, public relations, badań nad mediami i metodologii. Wnosi do procesu dydaktycznego perspektywę ściśle powiązaną z aktualnymi wynikami badań, co wzmacnia profil ogólnoakademicki kierunku.

Na studiach I stopnia jej zajęcia pozwalają studentom osiągać efekty uczenia się takie jak K_W05 i K_W06 (wiedza o systemach politycznych i roli mediów), K_U02 (umiejętność interpretacji procesów komunikacyjnych) oraz K_K02 (kompetencje społeczne w zakresie etycznego uczestnictwa w życiu publicznym).

Na studiach II stopnia prowadzone przez nią seminaRIA i konwersatoria wspierają osiąganie efektów K_W08 (zaawansowana wiedza o relacjach między mediami a instytucjami politycznymi), K_U07 (umiejętność projektowania i prowadzenia badań medioznawczych) oraz K_K04 (kompetencje krytycznej analizy i twórczego rozwiązywania problemów w obszarze komunikacji).

3. dr hab. Aleksandra Seklecka, prof. UMK

Specjalistka w obszarze metodologii badań medioznawczych, analizy dyskursu i dziennikarstwa wojennego. Jej dorobek obejmuje publikacje i projekty badawcze dotyczące m.in. roli dziennikarzy w konfliktach zbrojnych, dyskursu medialnego w sytuacjach kryzysowych oraz problematyki nadzoru i inwigilacji. Wyniki tych badań wprowadza do procesu dydaktycznego, m.in. w ramach zajęć z metod i technik badań medioznawczych oraz pracowni badawczych. Łączy działalność naukową z praktyką dydaktyczną, ucząc studentów krytycznej analizy przekazów medialnych i samodzielnego prowadzenia badań.

Na studiach I stopnia jej zajęcia rozwijają przede wszystkim efekty K_W02 (wiedza o projektowaniu i prowadzeniu badań), K_U02 (umiejętność stosowania narzędzi badawczych i technik informacyjno-komunikacyjnych) oraz K_K06 (odpowiedzialne pełnienie ról zawodowych z uwzględnieniem etyki). Studentki i studenci zdobywają podstawowe kompetencje badawcze, które pozwalają im nie tylko analizować przekazy medialne, lecz także krytycznie interpretować procesy społeczne i komunikacyjne.

Na studiach II stopnia prowadzone przez nią zajęcia, takie jak Pracownia badań medioznawczych czy Metody badań medioznawczych, wspierają osiąganie efektów K_W02 (pogłębiona znajomość metod i narzędzi badawczych), K_U07 (umiejętność projektowania i prowadzenia badań medioznawczych) oraz K_K01 (krytyczna ocena wiedzy i treści medialnych). Dzięki jej opiece studenci doskonalą umiejętności badawcze niezbędne do przygotowania prac dyplomowych oraz do funkcjonowania w zawodach wymagających analitycznego podejścia do mediów.

4. dr hab. Magdalena Mateja, prof. UMK

Badaczka komunikowania politycznego, komunikacji wizualnej, kultury popularnej i studiów nad dziennikarstwem. Jej dorobek obejmuje liczne publikacje na temat dyskursu medialnego o wojnie w Ukrainie, emocjonalizacji kampanii wyborczych czy dehumanizacji w przekazach politycznych. W dydaktyce wykorzystuje wyniki własnych badań, prowadząc zajęcia z zakresu reportażu, komunikacji wizualnej i analizy dyskursu, także w języku angielskim dla studentów zagranicznych (np. Political Satire in Mass Media). Łączy metody aktywizujące, projekty badawcze i refleksję nad praktyką dziennikarską, przygotowując studentów do krytycznej analizy współczesnych mediów.

Na studiach I stopnia zajęcia prof. Matei wspierają realizację efektów takich jak K_W03 (usystematyzowana wiedza szczegółowa w obszarze komunikacji i mediów), K_U03 (umiejętność komunikowania się przy użyciu specjalistycznej terminologii i reguł etycznych) oraz K_K04 (zdolność do aktywnej roli w życiu społecznym poprzez krytyczne podejście do przekazów medialnych). Studentki i studenci uczą się interpretować przekazy medialne w kontekście kulturowym i politycznym oraz rozpoznawać strategie oddziaływania mediów.

Na studiach II stopnia jej dydaktyka sprzyja osiąganiu efektów K_W03 (pogłębiona wiedza o komunikacji językowej i wizualnej), K_U05 (umiejętność komunikowania się na tematy specjalistyczne w zróżnicowanych kontekstach, w tym nowych mediów) oraz K_K04 (gotowość do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego). Dzięki integracji badań z dydaktyką studentki i studenci rozwijają umiejętność krytycznej analizy dyskursu medialnego oraz zdolność do samodzielnego formułowania ocen i projektowania działań w obszarze komunikacji społecznej.

5. dr hab. Iwona Massaka, prof. UMK

Filolożka i politolożka, badaczka komunikacji kulturowej, mediatyzacji życia społecznego i przemian systemów wartości. Jej dorobek obejmuje zarówno studia nad mentalnością narodów byłego ZSRR i kulturami Wschodu i Zachodu, jak i współczesne analizy kultury audiowizualnej oraz konsekwencji odchodzenia od kultury słowa na rzecz obrazu. Jest autorką licznych publikacji, m.in. książki habilitacyjnej *Muzyka jako instrument wpływu politycznego* (2009) czy reportażu *Szczegóły. Rzecz o Gruzji* (2022). Jej działalność naukowa znajduje

odzwierciedlenie w dydaktyce, obejmującej m.in. zajęcia z komunikacji międzykulturowej, oddziaływania mediów oraz współczesnych nurtów kultury. Prowadzi także zajęcia w języku obcym w ramach programów Erasmus+, co poszerza perspektywę międzykulturową studentów.

Na studiach I stopnia jej zajęcia umożliwiają osiągnięcie efektów K_W01 (znajomość relacji między komunikacją a innymi dyscyplinami nauk), K_U04 (umiejętność przedstawiania i oceny różnych opinii i stanowisk) oraz K_K02 (rozumienie potrzeby uczenia się i poszerzania wiedzy). Studentki i studenci zdobywają podstawy analizy kulturowej i medioznawczej, które pozwalają im zrozumieć społeczne i kulturowe oddziaływanie mediów.

Na studiach II stopnia prowadzone przez nią wykłady i konwersatoria wspierają efekty K_W04 (pogłębiona wiedza o tendencjach rozwojowych komunikacji i mediów), K_U06 (zdolność dyskusowania o różnych stanowiskach i ich krytycznej analizie) oraz K_K03 (umiejętność organizowania działań społecznych i inspirowania otoczenia). Jej badania nad przemianami kulturowymi i symbolicznymi kodami komunikacyjnymi uczą studentów krytycznego spojrzenia na procesy mediatyzacji i rozwijają ich kompetencje w zakresie analizy komunikacji międzykulturowej.

6. dr hab. Wiesław Wacławczyk, prof. UMK

Specjalista w zakresie wolności słowa, praw człowieka i historii mediów. Autor pięciu monografii w języku angielskim poświęconych wolności myśli i wypowiedzi, w tym *Freedom of Thought and Its Relation to Freedom of Expression* (2019). Od lat uczestniczy w międzynarodowej sieci badawczej *Freedom of Thought Academic Research Network*, współpracując z badaczami z Europy i USA. Jego doświadczenie obejmuje także pracę dziennikarską w mediach regionalnych oraz wieloletnie działania edukacyjne prowadzone dla Helsińskiej Fundacji Praw Człowieka i OBWE w Europie Wschodniej, na Kaukazie i w Azji Centralnej. W dydaktyce na UMK prowadzi zajęcia poświęcone m.in. wolności słowa i mediów, prawom człowieka w dziennikarstwie oraz historii mediów, również w języku angielskim dla studentów zagranicznych.

Na studiach I stopnia jego zajęcia pozwalają studentom osiągać efekty K_W05 (wiedza o prawnych i etycznych uwarunkowaniach pracy dziennikarskiej), K_U03 (umiejętność posługiwania się normami prawnymi i etycznymi w praktyce komunikacyjnej) oraz K_K06 (gotowość do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych). Dzięki jego doświadczeniu w pracy dziennikarskiej i działalności edukacyjnej w obszarze praw człowieka studenci zdobywają umiejętność łączenia teorii z praktyką w zakresie ochrony wolności i etyki mediów.

Na studiach II stopnia prowadzone przez niego seminaria i wykłady wspierają osiągnięcie efektów K_W06 (pogłębiona wiedza o uwarunkowaniach prawnych i etycznych działalności medialnej), K_U05 (umiejętność komunikowania się na tematy specjalistyczne w zróżnicowanych kontekstach) oraz K_K07 (odpowiedzialne pełnienie ról zawodowych z poszanowaniem etosu dziennikarskiego). Studenci rozwijają umiejętność krytycznej refleksji nad rolą mediów w systemach demokratycznych oraz kształtują świadomość odpowiedzialności zawodowej w kontekście globalnym i międzykulturowym.

7. dr Łukasz Wojtkowski

Specjalista w zakresie komunikacji marketingowej, brandingu, komunikacji strategicznej oraz innowacji w mediach. Łączy doświadczenie akademickie z praktyką w obszarze startupów i projektów badawczo-rozwojowych, współpracując z instytucjami oraz podmiotami biznesowymi nad wdrażaniem innowacyjnych rozwiązań komunikacyjnych. W dydaktyce wykorzystuje metody projektowe i case studies, prowadząc zajęcia z zakresu brandingu medialnego, komunikacji strategicznej czy myślenia kreatywnego. Dzięki temu kształtuje u studentów przedsiębiorcze podejście do pracy w mediach i rozwija ich zdolność adaptacji do dynamicznie zmieniającego się środowiska komunikacyjnego.

Na studiach I stopnia jego zajęcia sprzyjają osiągnięciu efektów K_W06 (znajomość zasad tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości), K_U06 (umiejętność planowania i organizowania pracy w zespole redakcyjnym czy projektowym) oraz K_K05 (myślenie i działanie w sposób przedsiębiorczy). Studentki i studenci uczą się praktycznego zastosowania wiedzy teoretycznej w projektach komunikacyjnych i medialnych.

Na studiach II stopnia działalność dydaktyczna dr. Wojtkowskiego wspiera efekty K_W07 (znajomość zasad przedsiębiorczości w obszarze mediów), K_U08 (zdolność do planowania i organizowania pracy w zespołach projektowych, badawczych czy redakcyjnych) oraz K_K05 (gotowość do podejmowania inicjatyw przedsiębiorczych w środowisku medialnym). Wprowadzając elementy innowacyjności i myślenia strategicznego, przygotowuje studentów do pełnienia roli liderów w branży kreatywnej i medialnej.

8. dr Zuzanna Wesołowska

Doktor nauk społecznych w dziedzinie nauk o polityce, łączy działalność akademicką z bogatym doświadczeniem praktycznym zdobytym jako dyrektorka wydawnicza ogólnopolskiego serwisu informacyjnego. Odpowiadała tam m.in. za strategię komunikacyjne, zarządzanie zespołem redakcyjnym oraz rozwój kanałów w mediach społecznościowych. W dydaktyce prowadzi zajęcia z zakresu warsztatu dziennikarskiego, gatunków i formatów medialnych czy zarządzania projektami w mediach, integrując wiedzę teoretyczną z realiami pracy redakcyjnej. Dzięki temu przygotowuje studentów do funkcjonowania w dynamicznym środowisku nowych mediów.

Na studiach I stopnia zajęcia dr Wesołowskiej wspierają realizację efektów K_W05 (znajomość prawnych, etycznych i zawodowych uwarunkowań pracy dziennikarza), K_U03 (umiejętność komunikowania się z otoczeniem przy użyciu specjalistycznej terminologii i norm etycznych) oraz K_K06 (gotowość do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych). Studentki i studenci nabywają umiejętności praktyczne, takie jak redagowanie tekstów, analiza skuteczności przekazu czy praca w zespole redakcyjnym.

Na studiach II stopnia jej dydaktyka sprzyja osiągnięciu efektów K_W06 (znajomość ekonomicznych, prawnych i etycznych uwarunkowań działalności medialnej), K_U08 (umiejętność planowania i organizacji pracy indywidualnej oraz zespołowej) oraz K_K07 (odpowiedzialne pełnienie ról zawodowych z zachowaniem zasad etyki). Dzięki integracji doświadczenia zawodowego z kształceniem akademickim studentki i studenci zdobywają kompetencje przygotowujące ich do pracy w nowoczesnych redakcjach i instytucjach medialnych, gdzie wymaga się zarówno kreatywności, jak i wysokich standardów etycznych.

9. mgr Olga Wadowska

Badaczka, nauczycielka akademicka i praktyczka komunikacji z niemal 20-letnim doświadczeniem w mediach i marketingu. Prowadzi badania nad algorytmami platform streamingowych i ich wpływem na kształtowanie gustów muzycznych oraz praktyk odbiorczych, co pozwala studentom zrozumieć rolę algorytmizacji w kształtowaniu współczesnej kultury medialnej. Autorka i współautorka licznych konwersatoriów i zajęć poświęconych komunikacji, reklamie i kulturze popularnej, łączy refleksję akademicką z praktyką branżową, opierając się na swoim doświadczeniu zawodowym jako redaktorka i strategka komunikacji marek.

Na studiach I stopnia prowadzone przez nią zajęcia, m.in. Promocja i reklama czy Socjologia mediów, wspierają realizację efektów K_W03 (wiedza szczegółowa o mediach i komunikacji społecznej), K_U03 (umiejętność komunikowania się z otoczeniem w oparciu o reguły prawne, etyczne i zawodowe) oraz K_K04 (zdolność do aktywnego uczestnictwa w projektach społecznych i komunikacyjnych). Studenci uczą się krytycznego spojrzenia na współczesne media oraz analizy mechanizmów reklamy i promocji.

Na studiach II stopnia zajęcia z zakresu językowych technik oddziaływania na odbiorcę, komunikacji wizualnej czy brandingu medialnego wspierają osiągnięcie efektów K_W03 (pogłębiona wiedza o komunikacji językowej i wizualnej), K_U05 (umiejętność komunikowania się na tematy specjalistyczne w różnych kontekstach, w tym nowych mediów) oraz K_K05 (gotowość do przedsiębiorczego działania i stosowania wiedzy w praktyce). Dzięki integracji badań nad algorytmizacją z praktyką w marketingu i mediach studenci zdobywają kompetencje odpowiadające realnym wyzwaniom współczesnej branży medialnej.

Gwarancję osiągania efektów kształcenia wspierają także pracownicy spoza Katedry:

1. dr hab. Wojciech Peszyński, prof. UMK

Dr habilitowany nauk o polityce, badacz systemów wyborczych, kampanii politycznych oraz procesów mediatyzacji i personalizacji polityki. Autor licznych publikacji i uczestnik projektów badawczych, łączy refleksję akademicką z praktyką w zakresie marketingu politycznego i komunikacji społecznej. Prowadzi zajęcia z promocji i reklamy, marketingu terytorialnego oraz mediatyzacji, wprowadzając metodę projektu i angażując studentów w inicjatywy społeczne i kampanie.

Na studiach I stopnia jego zajęcia wspierają efekty K_W03 (wiedza szczegółowa o komunikacji i mediach), K_U06 (umiejętność pracy zespołowej przy realizacji projektów) i K_K04 (zdolność aktywnego uczestnictwa w życiu społecznym).

Na studiach II stopnia kształci w zakresie efektów K_W04 (pogłębiona wiedza o procesach mediatyzacji), K_U07 (umiejętność projektowania działań komunikacyjnych w sferze publicznej) i K_K03 (gotowość do organizowania inicjatyw społecznych).

2. prof. dr hab. Adam Adamski

Profesor sztuk plastycznych, badacz i praktyk fotografii artystycznej i dokumentacyjnej, łączący sztukę wizualną z elementami biologii i filmu. Organizator Międzynarodowego Festiwalu „Sztuka Natury”, autor wielu wystaw i projektów fotograficznych. Prowadzi zajęcia z warsztatu

fotografii i filmu, ucząc praktycznych umiejętności wizualnych i rozwijając wrażliwość estetyczną studentów.

Na studiach I stopnia wspiera efekty K_W02 (wiedza o środkach komunikacji wizualnej), K_U05 (umiejętność wykorzystania narzędzi multimedialnych) oraz K_K01 (świadomość roli obrazu w kulturze).

3. dr Marcin Leżnicki

Doktor nauk humanistycznych, specjalista w etyce stosowanej i bioetyce, prowadzący badania nad filozofią medycyny i ekofilozofią. Aktywnie uczestniczy w komisjach bioetycznych, łącząc refleksję filozoficzną z praktyką interdyscyplinarną. Na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna prowadzi zajęcia z etyki dziennikarskiej, przygotowując studentów do rozpoznawania i analizowania problemów etycznych w mediach.

Na studiach I stopnia jego zajęcia wspierają efekty K_W05 (wiedza o normach etycznych zawodu dziennikarza), K_U03 (umiejętność stosowania zasad etycznych w praktyce) i K_K06 (odpowiedzialność zawodowa).

4. dr hab. Beata Stachowiak-Panske, prof. UMK

Badaczka społeczeństwa informacyjnego, bezpieczeństwa informacyjnego i e-administracji, łącząca wykształcenie pedagogiczne, matematyczne i informatyczne. Jej prace koncentrują się na roli nowych technologii i mediów społecznościowych w obszarze bezpieczeństwa informacji i przeciwdziałania dezinformacji. Prowadzi zajęcia z zakresu dezinformacji, sztucznej inteligencji i bezpieczeństwa informacyjnego.

Na studiach II stopnia rozwija efekty K_W04 (pogłębiona wiedza o roli nowych technologii w komunikacji), K_U07 (zdolność projektowania działań przeciwdziałających dezinformacji) i K_K03 (gotowość do odpowiedzialnego działania w przestrzeni cyfrowej).

5. dr Agnieszka Furmańska-Maruszak

Doktor nauk ekonomicznych, badaczka i praktyczka w obszarze zarządzania zasobami ludzkimi, komunikacji interpersonalnej i team buildingu. Łączy pracę naukową z praktyką jako coach oraz prezes Uniwersytetu Trzeciego Wieku w Toruniu. Na kierunku prowadzi zajęcia rozwijające kompetencje miękkie, komunikację interpersonalną i przedsiębiorczość.

Na studiach II stopnia dydaktyka dr Furmańskiej-Maruszak wzmacnia efekty K_W07 (pogłębiona wiedza z zakresu zarządzania i komunikacji interpersonalnej), K_U08 (zdolność do planowania i organizowania pracy w zespołach projektowych) i K_K05 (gotowość do podejmowania inicjatyw i wdrażania wiedzy w praktyce).

Zróżnicowany dorobek naukowy, dydaktyczny i zawodowy pracowników oraz pracownic prowadzących zajęcia na kierunku gwarantuje, że studenci osiągają zakładane efekty uczenia się w obszarze wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Kadra Katedry wnosi przede wszystkim doświadczenie badawcze ściśle związane z mediami i komunikacją, natomiast wykładowcy spoza jednostki poszerzają proces dydaktyczny o perspektywę interdyscyplinarną i praktyczną. Wspólnie tworzą środowisko kształcenia, które nie tylko odpowiada wymaganiom Polskiej Ramy Kwalifikacji, ale także przygotowuje absolwentów do krytycznego, odpowiedzialnego i twórczego uczestnictwa w życiu społecznym i zawodowym.

4.2. Obsada zajęć

Obsada zajęć na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna odzwierciedla ścisły związek między prowadzonymi badaniami naukowymi a dydaktyką. Trzon stanowią pracownicy Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa – badacze komunikacji politycznej, medioznawstwa, kultury popularnej, branding i metodologii badań. Wnoszą oni do procesu dydaktycznego najnowsze wyniki własnych badań i projektów, co pozwala studentom nie tylko zdobywać wiedzę teoretyczną, lecz także rozwijać umiejętności krytycznej analizy i interpretacji procesów komunikacyjnych. Zajęcia takie jak metody badań medioznawczych, seminaria dyplomowe, pracownie badawcze czy analizy dyskursu kształtują u studentów kompetencje niezbędne do samodzielnego prowadzenia badań naukowych. Szczegółowy wykaz obsady na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowi załącznik 4.2. do niniejszego raportu.

Równie istotny wkład w realizację efektów uczenia się mają wykładowcy spoza Katedry – specjaliści z obszaru nauk politycznych, filozofii, etyki, fotografii czy zarządzania. Dzięki nim program studiów zyskuje wymiar interdyscyplinarny, a studenci mogą rozwijać umiejętności badawcze także w obszarach pokrewnych. Przykładowo, zajęcia z etyki dziennikarskiej, filozofii komunikowania czy warsztatu fotograficznego uczą stosowania narzędzi analizy i refleksji w pracy naukowej i zawodowej. Takie zróżnicowanie kadry pozwala studentom osadzać własne projekty badawcze w szerszym kontekście społecznym i kulturowym.

Na szczególną uwagę zasługują zajęcia i seminaria prowadzone w języku angielskim – zarówno przez kadrę Katedry, jak i wykładowców zagranicznych czy współpracujących z międzynarodowymi sieciami badawczymi. Zajęcia takie jak Human Rights and Journalism, Political Satire in Mass Media czy Data, Technology and Society umożliwiają studentom rozwój kompetencji badawczych w środowisku wielojęzycznym i wielokulturowym. Stanowią one istotny element kształcenia przygotowujący do uczestnictwa w globalnej wymianie naukowej i współpracy międzynarodowej.

Ważnym uzupełnieniem kompetencji dydaktycznych kadry są także projekty podnoszące kwalifikacje nauczycieli akademickich. Przykładem jest program Module4NCU – Podniesienie kompetencji kadry dydaktycznej UMK w Toruniu w latach 2024–2026⁴, którego celem jest rozwój kompetencji dydaktycznych, cyfrowych i związanych z zieloną transformacją. Dzięki uczestnictwu w takich inicjatywach pracownicy i doktoranci doskonalą swoje umiejętności, co przekłada się bezpośrednio na jakość kształcenia i wspieranie studentów w osiąganiu efektów związanych z prowadzeniem działalności naukowej.

4.3. Łączenie przez prowadzących zajęcia działalności dydaktycznej z nauką oraz włączanie studentów w prowadzenie działalności naukowej

Podkreślić należy, iż jedną z największych wartości i celów, które przyświecają naszej jednostce i kadrze ją tworzącej, jest konsekwentne zachęcanie studentów i studentek do działalności naukowej. Odbywa się to na różnych poziomach – zarówno instytucjonalnych, jak i w ramach codziennej pracy dydaktycznej. Nasi wykładowcy i wykładowczynie są uważni i wrażliwi na wszelkie przejawy aktywności i zainteresowania badawcze studentów – nawet wtedy, gdy ci dopiero zaczynają dostrzegać, że tematy, które ich interesują, mogą być przedmiotem pogłębionej refleksji naukowej. Interdyscyplinarny charakter kierunku umożliwia rozwój badawczy w szerokim spektrum obszarów: od dziennikarstwa i

⁴ <https://module4ncu.umk.pl/pages/home/>

komunikacji politycznej, przez media i nowe technologie, po promocję, reklamę, branding czy marketing.

Dobrym przykładem tej strategii są zajęcia z metod i technik badań, w ramach których jednym z elementów zaliczenia jest przygotowanie konspektu projektu naukowego. Ćwiczenie to stanowi często punkt wyjścia do dalszych działań badawczych: wyboru tematu pracy licencjackiej czy magisterskiej, przygotowania referatu konferencyjnego bądź artykułu naukowego. W ostatnich latach wiele takich konspektów przekształciło się w dojrzałe projekty badawcze, prezentowane na konferencjach studenckich i wykorzystywane w pracach dyplomowych. Przykładem jest projekt Zuzanny Koszarek, która – zachęcona przez prowadzącą mgr Olę Wadowską – przygotowała plan badań nad komunikacją marketingową wrocławskiego Zoo, a następnie zaprezentowała wyniki na konferencji „Naukowe Sesje Mentoringowe”. Obecnie planuje rozwijać ten temat w pracy licencjackiej pod opieką prof. Iwony Massaki.

Do wzmacniania aktywności badawczej studentów znacząco przyczyniają się także kompetencje i doświadczenie zawodowe kadry. Mgr Olga Wadowska, posiadająca niemal 20-letnie doświadczenie w pracy w mediach i marketingu, prowadzi zajęcia z zakresu promocji i reklamy, socjologii mediów czy językowych technik oddziaływania na odbiorcę. Jej praktyczne doświadczenie oraz praca badawcza nad algorytmizacją platform streamingowych pozwalają studentom ujmować aktualne problemy rynku medialnego w formie prac zaliczeniowych, dyplomowych oraz projektów badawczych. Dzięki temu studenci zyskują świadomość, że refleksja akademicka jest nierozzerwalnie związana z praktyką współczesnych mediów.

Z kolei dr Zuzanna Wesołowska, posiadająca bogate doświadczenie zawodowe w mediach internetowych, aktywnie wspiera studentów w rozwijaniu kompetencji naukowych i praktycznych. Jest opiekunką nowo powstałego Koła Naukowego Dziennikarstwa Internetowego i Zarządzania Mediami, w ramach którego studenci realizują własne projekty badawcze i popularyzatorskie. Prowadzi również seminaria licencjackie oraz zajęcia z zakresu zarządzania projektami w mediach, umożliwiając studentom łączenie pracy badawczej z doświadczeniem praktycznym. Dzięki temu uczestnicy studiów rozwijają zarówno umiejętności analityczne, jak i kompetencje potrzebne do prowadzenia badań w nowoczesnym środowisku medialnym.

Celem jeszcze lepszej i pogłębionej współpracy w tym zakresie jest stworzenie Naukowych Sesji Mentoringowych, czyli konferencji naukowej (tu z opisu konfy). Pierwsza edycja odbyła się w roku akademickim 2024/25, wzięło w niej udział 9 studentek studiów I i II stopnia oraz jedna z absolwentek, przygotowująca się obecnie do egzaminów do szkoły doktorskiej⁵. W Komitecie naukowym tej inicjatywy znajdują się prof. Marek Jeziński, prof. Barbara Brodzińska-Mirowska oraz mgr Olga Wadowska. Kolejna edycja odbędzie się w bieżącym roku akademickim.

4.4. Założenia, cele i skuteczność prowadzonej polityki kadrowej

Zgodnie ze Statutem UMK⁶, politykę osobową na UMK prowadzi rektor (§ 52), a w jego imieniu na poziomie wydziałów odpowiedzialny z polityką osobową jest dziekan (§ 26). Dodatkowo Rada Dyscypliny ma w swoich kompetencjach wskazywanie kierunków polityki kadrowej w ramach

⁵ por. program Konferencji Naukowej Naukowe Sesje Mentoringowe:

<https://www.facebook.com/Dziennikarstwo.UMK/posts/-zapraszamy-na-pierwsz%C4%85-edycj%C4%99-konferencji-naukowej-naukowe-sesje-mentoringowe-k/1225600812688002/>

⁶ <https://www.umk.pl/uczelnia/dokumenty/statut/Statut-UMK-ujedn.pdf>

dyscypliny naukowej (§ 59). Szczegółowo cele polityki osobowej na poziomie UMK reguluje Załącznik do Zarządzenia nr 218 Rektora UMK z dnia 26 października 2021 r. w sprawie wprowadzenia Polityki osobowej Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu (zał. 1.3.). Wskazane są tam dwa główne priorytety polityki osobowej na UMK:

1. wzmocnienie kapitału ludzkiego Uniwersytetu poprzez wsparcie rozwoju zarówno osób z grupy nauczycieli akademickich, jak i niebędących nauczycielami akademickimi (system gwarantujący wsparcie rozwoju zawodowego i osobowego, system rekrutacji),
1. dbałość o bezpieczne, inkluzywne i przyjazne miejsce pracy

Politykę osobową na UMK współkształtują również aktualna Strategia UMK na lata 2021-2025 oraz Plan na rzecz równości płci na lata 2022-2026³⁹. W przypadku pierwszego z wymienionych dokumentów szczególnie istotny jest cel strategiczny nr 4 „Ludzie” 40, w ramach którego mamy m.in. cel operacyjny IV.1 „Wdrożyć profesjonalną i aktywną politykę osobową, obejmującą procesy planowania, doskonalenia, oceny i awansu zawodowego”. W celu większej profesjonalizacji polityki osobowej na uczelni powstało Samodzielne Stanowisko ds. Zarządzania Zasobami Ludzkimi (HR nauczycieli akademickich)⁷, które obecnie zajmuje dr Katarzyna Białowicz. Do jej zadań należą m.in. priorytety polityki osobowej na UMK:

1. udzielanie wsparcia merytorycznego w zakresie rekrutacji nauczycieli akademickich;
2. udzielanie wsparcia w zakresie procesu oceny okresowej i awansu nauczycieli akademickich;
3. koordynowanie procesów związanych z rozwojem zawodowym, a w szczególności podnoszeniem kwalifikacji nauczycieli akademickich, w tym w ramach YUFE i IDUB.

Istotnym elementem polityki osobowej realizowanej na UMK jest ocena pracownicza (również dotycząca pracowników administracyjnych) 42. Pracownicy naukowo-dydaktyczni oceniani są w wymiarach pracy naukowej, organizacyjnej oraz dydaktycznej. W tym ostatnim wymiarze uwzględnia się oceny z ankiet studenckich oraz wyniki regularnie prowadzonych hospitacji. Jest to część uczelnianego systemu jakości, czyli Systemu Doskonałości Akademickiej (SDA), omawianego szerzej w kryterium 10.

W przypadku kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna polityka kadrowa jest realizowana w następujących wymiarach:

- 1) zatrudnianie nowych pracowników w Instytucie Badań Komunikacji i Informacji,
- 2) ocena pracownicza osób zatrudnionych w Instytucie Badań Komunikacji i Informacji,
- 3) dobór kompetentnych nauczycieli akademickich do poszczególnych zajęć spoza Instytutu Badań Komunikacji i Informacji

Zasady te opierają się na kilku fundamentach:

- dbałości o rozwój potencjału naukowego
- zapewnieniu oferty dydaktycznej w oparciu o własne zasoby kadrowe
- umiejętnej zastępowalności pokoleniowej

Założenia te realizujemy w praktyce przede wszystkim dzięki silnemu zespołowi pracowników Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa, którzy stanowią trzon kadry dydaktycznej. To osoby o uznanym

⁷ <https://www.umk.pl/uczelnia/administracja/?name=Samodzielne-Stanowisko-ds-Zarzadzania-Zasobami-Ludzkimi-HR-nauczycieli-akademickich>

dorobku naukowym i dydaktycznym, prowadzące badania w obszarach bezpośrednio wpisanych w dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach – od problematyki mowy nienawiści, inwigilacji i prywatności, poprzez mediatyzację polityki i komunikację kryzysową, po transformację zawodów dziennikarskich i rozwój nowych form aktywności obywatelskiej online. Dzięki ich obecności program kształcenia jest stale aktualizowany o wyniki najnowszych badań, a studenci i studentki uczą się od osób aktywnie uczestniczących w międzynarodowym obiegu naukowym, publikujących w prestiżowych czasopismach, realizujących granty badawcze i zdobywających nagrody rektorskie. Szczegółowy opis dorobku, doświadczenia praktycznego oraz zawodowego oraz aktywności pozanaukowych ważnych z punktu widzenia tak dydaktyki, jak i działalności naukowej, opisano szczegółowo w Kryterium 4.1.

Jednocześnie, aby zapewnić interdyscyplinarność kształcenia, w programie kierunku istotną rolę odgrywają specjaliści z innych jednostek Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych oraz spoza niego – m.in. dr Marcin Leźnicki (zajęcia etyka medialna), dr hab. Adam Adamski (zajęcia fotografia), dr hab. Wojciech Peszyński (m.in. zajęcia mediatyzacja czy kampanie wyborcze na świecie), dr Piotr Marzec czy dr Michał Jarocki. Ich wiedza w takich obszarach, jak prawo mediów, komunikacja polityczna, socjologia mediów, kultura wizualna czy zastosowanie nowych technologii, pozwala studentom poszerzać perspektywę medioznawczą i lepiej rozumieć powiązania pomiędzy mediami, polityką, kulturą i społeczeństwem.

Kolejnym filarem polityki kadrowej jest świadome włączanie do procesu dydaktycznego zewnętrznych praktyków - dziennikarzy, reporterów, specjalistów od PR i brandingu, ekspertów od komunikacji kryzysowej, fotografów czy twórców internetowych. Są oni dobierani w sposób przemyślany i celowy, tak aby ich kompetencje odpowiadały aktualnym wyzwaniom rynku pracy i potrzebom studentów. Dzięki temu studenci mają możliwość poznania specyfiki pracy w mediach, agencjach czy instytucjach kultury „od kuchni” i rozwijania umiejętności praktycznych w kontakcie z osobami na co dzień funkcjonującymi w branży. W wielu przypadkach to właśnie te zajęcia stają się dla studentów pierwszym krokiem do budowania sieci kontaktów zawodowych i do odbywania praktyk, które często kończą się zatrudnieniem.

Taka polityka kadrowa gwarantuje równowagę pomiędzy akademicką refleksją a praktyką zawodową, a jednocześnie zapewnia ciągłość i rozwój oferty dydaktycznej. Z jednej strony studenci uczą się od badaczy aktywnie rozwijających dyscyplinę nauk o komunikacji społecznej i mediach, z drugiej – od praktyków, którzy wprowadzają ich w aktualne realia pracy w mediach, PR-ze, brandingu i sektorze kreatywnym. W efekcie wypracowaliśmy model kształcenia, w którym kadra akademicka i praktycy wspólnie realizują misję kształcenia nowoczesnych specjalistów gotowych do pracy w dynamicznie zmieniającym się krajobrazie medialnym i komunikacyjnym.

Tu szczególnie warto wspomnieć o zatrudnieniu w ostatnich 6 latach:

- mgr Katarzynę Prętkowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego oraz dziennikarkę TVP Bydgoszcz (etat dydaktyczny)
- mgr Olę Wadowską, specjalistkę z zakresu mediów, komunikacji marketingowej, brandingu i copywritingu, prowadzącą firmę oferującą ww. usługi (etat badawczo-dydaktyczny)
- dr Zuzannę Wesołowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa internetowego i zarządzania mediami elektronicznymi, dyrektora wydawniczą portalu Donald.pl (etat dydaktyczny)

Zatrudnienia na nowe stanowiska odbywają się w trybie konkursowym zgodnie z obowiązującymi przepisami prawa, z inicjatywy dyrektora IBIK, po uzyskaniu zgody dziekana i rektora. Wszelkie konkursy mają charakter otwarty i ogłaszane są na dedykowanej stronie UMK⁸. W ciągu minionych 6 lat przeszedł na emeryturę długoletni pracownik Instytutu Politologii, następnie zaś IBIK, prof. Marek Szulakiewicz.

4.5. System wspierania i motywowania kadry do rozwoju naukowego lub artystycznego oraz podnoszenia kompetencji dydaktycznych

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu posiada rozbudowany system wspierania i motywowania kadry do rozwoju naukowego, artystycznego oraz podnoszenia kompetencji dydaktycznych na poziomie uczelnianym, co jest odzwierciedlone w licznych regulacjach i strategiach. System ten promuje ciągły rozwój nauczycieli akademickich poprzez obowiązek prowadzenia badań, publikowania, uczestnictwa w konferencjach i projektach, a także doskonalenia dydaktyki i działań organizacyjnych.

Nauczyciele akademicy podlegają okresowej ocenie co najmniej raz na cztery lata, która obejmuje samoocenę, analizę dorobku naukowego i dydaktycznego, ocenę studentów i przełożonych oraz diagnozę potrzeb rozwojowych. Wyniki oceny pozwalają tworzyć indywidualne plany rozwoju i dostosowywać formy wsparcia. W uzasadnionych przypadkach rektor może obniżyć pensum dydaktyczne, aby umożliwić większe zaangażowanie w badania lub zadania organizacyjne. Motywacją są również nagrody rektora za osiągnięcia naukowe, dydaktyczne czy organizacyjne, finansowane z dedykowanego funduszu.

Dodatkowym narzędziem rozwoju jest Plan na rzecz równości płci (2022–2026), przewidujący programy mentorskie, wewnętrzne konkursy grantowe, wsparcie mobilności i szkolenia włączające perspektywę płci w badania i dydaktykę. Kadra korzysta także z szerokiej oferty szkoleń – zarówno zawodowych, jak i miękkich – organizowanych przez Uniwersytecki Ośrodek Wsparcia i Rozwoju Osobistego, a także z konsultacji statystycznych i wsparcia przy przygotowywaniu wniosków grantowych. W 2024 roku z takich działań skorzystało 327 osób, w tym 284 nauczycieli akademickich. Całość uzupełniają mechanizmy wsparcia instytucjonalnego, takie jak działalność Pełnomocników Rektora ds. równego traktowania, przeciwdziałania mobbingowi czy bezpieczeństwa.

4.6. Spełnienie reguł i wymagań w zakresie doboru nauczycieli akademickich i innych osób prowadzących zajęcia oraz obsady zajęć

Uniwersytet Mikołaja Kopernika dba o transparentne i zgodne z prawem procesy rekrutacji i obsady zajęć, zapewniając spełnianie standardów określonych w rozporządzeniach wydanych na podstawie art. 68 ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce.

W przypadku nauczycieli akademickich procedury zatrudniania są szczegółowo określone i uwzględniają zarówno obywateli polskich, jak i cudzoziemców. Ogłoszenia o konkursach publikowane są na stronie ministerstwa, a sam proces obejmuje powołanie komisji rekrutacyjnej, ocenę formalną i merytoryczną kandydatów oraz rozmowy kwalifikacyjne prowadzone z zachowaniem zasad równości i zakazu pytań dyskryminujących. Plan na rzecz równości płci przewiduje ponadto wdrożenie elektronicznego systemu rekrutacji, umożliwiającego anonimowość na wczesnym etapie oceny aplikacji.

⁸ <https://www.umk.pl/praca/>

Zatrudnienie pozostałych pracowników (np. administracji, inżynierjno-technicznych, bibliotekarzy) odbywa się najczęściej w drodze konkursu, a w wyjątkowych sytuacjach – w trybie doboru bezpośredniego, za zgodą władz uczelni. W procesie uczestniczy specjalista HR i komisja rekrutacyjna, a decyzję o zatrudnieniu podejmuje rektor lub kanclerz.

Całość procesu rekrutacji jest prowadzona w sposób przejrzysty i zgodny z zasadami niedyskryminacji, co zapewnia równe traktowanie kandydatów i dobór osób o najwyższych kompetencjach do prowadzenia zajęć. Dzięki temu UMK gwarantuje, że obsada dydaktyczna spełnia wymagania ustawowe i odpowiada standardom kształcenia na kierunkach studiów, w tym także przygotowujących do zawodów regulowanych.

Proces i celowość doboru nauczycieli akademickich i innych osób prowadzących zajęcia oraz obsady zajęć na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna został szczegółowo opisany w Kryterium 4.4.

Zalecenia dotyczące kryterium 4 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 4 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Większe przełożenie ocen i komentarzy studentów wyrażanych w ankietach ewaluacyjnych na obsadę zajęć dydaktycznych	Kwestionariusz ankiety składa się z ośmiu pytań, ankiety zaś dostępne są w USOS-ie także w wersji mobilnej. Anonimowość badania jest poza wszelką dyskusją, także dostęp do wyników badań jest restrykcyjnie ograniczony (na Wydziale mają do nich dostęp Dziekan oraz Wydziałowy Koordynator ds. jakości kształcenia). Badania ankietowe wiążą się z szeroko zakrojonymi działaniami informacyjnymi i promocyjnymi, w których rzetelnie wskazane jest, że ankiety są całkowicie anonimowe (m.in. o tym jest film skierowany do studentów). Przedstawiona przez Zespół Oceniający informacja wskazuje jednak, że ciągle powinniśmy zwiększać zakres informacji dotyczącej jakości kształcenia.
2.	Liczniejsze zatrudnianie praktyków	w ostatnich 5 latach zatrudniliśmy na etat: - mgr Katarzynę Prętkowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego oraz dziennikarkę TVP Bydgoszcz na etacie dydaktycznym - mgr Olgę Wadowską, specjalistkę z zakresu mediów, komunikacji marketingowej, brandingu i copywritingu, prowadzącą firmę oferującą ww. usługi, na etacie badawczo-dydaktycznym - dr Zuzannę Wesołowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa internetowego i zarządzania mediami

		elektronicznymi, dyrektor wydawniczą portalu Donald.pl, na etacie dydaktycznym
--	--	--

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 4:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to stały proces doskonalenia kadry. W ostatnich latach zatrudniono specjalistów o bogatym doświadczeniu praktycznym, co wprost przekłada się na jakość zajęć i ich powiązanie z realiami zawodowymi.

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to konsekwentne łączenie działalności naukowo-badawczej kadry z procesem dydaktycznym. Wykładowcy, którzy prowadzą badania w kluczowych obszarach dyscypliny, aktywnie włączają studentów w projekty naukowe, np. poprzez organizację "Naukowych Sesji Mentoringowych".

Kryterium 5. Infrastruktura i zasoby edukacyjne wykorzystywane w realizacji programu studiów oraz ich doskonalenie

5.1. Stan bazy dydaktycznej i naukowej na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Instytut Badań Informacji i Komunikacji, w którym realizowany jest kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna, mieści się w historycznym centrum Torunia, w budynku Collegium Minus przy ul. Fosa Staromiejska 1a. Gmach ten wpisany jest do rejestru zabytków miasta (Strefa I) i podlega ścisłej ochronie konserwatorskiej, co sprawia, że wszelkie modernizacje wymagają szczególnej uwagi i dodatkowych procedur. Mimo tego w ostatnich latach przeprowadzono szereg prac poprawiających warunki nauki i pracy, w tym kapitalny remont dachu, który zwiększył bezpieczeństwo oraz parametry termoizolacyjne budynku.

Wnętrza Collegium Minus są systematycznie modernizowane i dostosowywane do potrzeb dydaktycznych i badawczych (w tym do potrzeb osób z niepełnosprawnościami). Powstają nowe przestrzenie przeznaczone zarówno do prowadzenia zajęć dydaktycznych, jak i prac projektowych czy badań angażujących studentów. Sale wykładowe, ćwiczeniowe i seminaryjne wyposażone są w nowoczesny sprzęt: komputery przenośne, rzutniki, ekrany i systemy nagłośnienia, umożliwiające prowadzenie zajęć z wykorzystaniem aktualnych technologii. W 2022 roku w pracowniach komputerowych wymieniono wszystkie jednostki, dzięki czemu studenci mają dostęp do nowoczesnych stacji roboczych przystosowanych do pracy z grafiką, dźwiękiem i materiałami multimedialnymi.

Dodatkowo w budynku znajdują się przestrzenie dedykowane studentom: stworzone we współpracy ze studentami i studentkami otwarte strefy z kanapami, stołami i regałami z książkami do swobodnego użytku, czytelnia z 23 stanowiskami do pracy indywidualnej i grupowej, wyposażona także w specjalne stanowisko komputerowe dla osób niewidzących lub niedowidzących, a także zaplecze socjalne w postaci strefy odpoczynku z automatami z przekąskami i napojami. Do dyspozycji studentów jest także przestronna szatnia, pokój Samorządu Studenckiego oraz udogodnienia takie jak toalety z tzw. „różowymi skrzyneczkami”, stanowiska do dezynfekcji rąk czy kosze do segregacji odpadów. Przed wejściem do Collegium Minus znajdują się stojaki rowerowe objęte monitoringiem.

Proces dydaktyczny wspiera również Dziekanat studencki, zlokalizowany w miasteczku akademickim przy ul. Gagarina 13a, gdzie prowadzone są sprawy administracyjne studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej. Z Collegium Minus przy ul. Fosa Staromiejska do dziekanatu przy ul. Gagarina dotrzeć można zarówno liniami tramwajowymi, jak i autobusowymi, których przystanki znajdują się w odległości ok. 300 m od wspomnianych budynków.

Studenci i studentki kierunku korzystają także z bogatego zaplecza sportowego Uniwersytetu, w tym Uniwersyteckiego Centrum Sportowego z basenem, halami sportowymi, siłowniami i boiskiem piłkarskim z trybunami. Program UMK Wellness daje im możliwość uczestniczenia w dodatkowych zajęciach sportowych na preferencyjnych warunkach. Zapewnione jest również zaplecze mieszkaniowe: 12 Domów Studenckich, z czego 6 zlokalizowanych jest w samym centrum miasta, w pobliżu Collegium Minus, wszystkie z dostępem do internetu.

Ważne zaplecze dydaktyczne dla studentów kierunku stanowi także Uniwersyteckie Centrum Informatyczne UMK, oferujące nowoczesne pracownie komputerowe i multimedialne, w których odbywa się część zajęć praktycznych. W ramach kursów takich jak Tworzenie stron WWW, Podstawy grafiki komputerowej, Komunikacja wizualna czy Warsztat dziennikarza telewizyjnego studenci korzystają z komputerów o wysokiej wydajności, przystosowanych do pracy z grafiką 3D, montażem audio i wideo, strumieniowaniem treści czy projektowaniem stron internetowych. Pracownie wyposażone są w pakiety oprogramowania wspierające edycję tekstu, obróbkę graficzną, tworzenie multimedii, a także narzędzia wspierające osoby z niepełnosprawnościami.

Nowoczesny charakter kształcenia przejawia się także w metodach dydaktycznych i doborze narzędzi stosowanych przez wykładowców. Na zajęciach wykorzystywane są m.in. programy graficzne (Canva, CapCut), narzędzia oparte na sztucznej inteligencji (ChatGPT, Perplexity, NotebookLM) oraz systemy do zarządzania treściami w mediach społecznościowych i serwisach internetowych. Włączenie ich do praktyki dydaktycznej pozwala studentom zdobywać doświadczenie zgodne z realiami branżowymi i rozwijać kompetencje krytycznej oceny oraz odpowiedzialnego korzystania z nowoczesnych technologii.

Dodatkowo, w sali multimedialnej (AV) prowadzone są zajęcia wymagające interaktywnego i audiowizualnego wsparcia – z wykorzystaniem projektora Full HD, profesjonalnego nagłośnienia i urządzeń mobilnych, takich jak tablety Apple iPad Air. Dzięki temu możliwa jest praca w małych grupach i rozwój umiejętności w zakresie komunikacji wizualnej i prezentacji treści. Część kursów realizowana jest także poza UCI – w studiu fotograficznym, filmowym czy podczas zajęć terenowych – co daje studentom doświadczenie w różnorodnych środowiskach pracy medialnej i wiernie odzwierciedla specyfikę współczesnych praktyk komunikacyjnych.

5.2. Infrastruktura i wyposażenie instytucji, w których prowadzone są zajęcia poza uczelnią

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna zajęcia dydaktyczne realizowane są przede wszystkim w salach i pracowniach Uniwersytetu, natomiast praktyki zawodowe odbywają się w różnorodnych instytucjach, redakcjach i firmach. Zwracamy uwagę, aby podmioty przyjmujące naszych studentów zapewniały dostęp do nowoczesnych technologii i narzędzi, istotnych dla specyfiki kierunku, m.in. sprzętu komputerowego i audiowizualnego, studiów radiowych i telewizyjnych, oprogramowania do montażu dźwięku, obróbki zdjęć i wideo czy narzędzi do zarządzania treściami cyfrowymi.

5.3. Dostęp do technologii informacyjno-komunikacyjnej oraz jej wykorzystanie w procesie dydaktycznym

Studenci i studentki kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mają zapewniony szeroki dostęp do technologii informacyjno-komunikacyjnych, które wspierają zarówno proces dydaktyczny, jak i działalność naukową. Wszystkie budynki dydaktyczne UMK, w tym również siedziba kierunku, posiadają dostęp do szerokopasmowej, bezprzewodowej sieci Eduroam, do której logowanie odbywa się za pośrednictwem Centralnego Punktu Logowania. Stabilność i dostępność sieci monitorowane są w trybie ciągłym przez Uniwersyteckie Centrum Informatyczne, co zapewnia studentom i kadrze bezproblemowe korzystanie z zasobów cyfrowych.

W procesie kształcenia wykorzystywane są platformy e-learningowe, takie jak Moodle UMK, Microsoft Teams czy BigBlueButton. W okresie pandemii COVID-19 stanowiły one podstawowe narzędzie nauczania zdalnego, a obecnie, mimo powrotu do formy stacjonarnej, nadal pełnią ważną rolę wspierającą. Służą przede wszystkim do udostępniania materiałów dydaktycznych, komunikacji między studentami a prowadzącymi zajęcia, organizowania konsultacji online czy przeprowadzania wybranych kolokwii i prezentacji w trybie hybrydowym.

Uczelnia zapewnia również dostęp do chmurowej wersji pakietu Microsoft Office 365, co wspiera realizację projektów indywidualnych i grupowych, a jednocześnie rozwija kompetencje w zakresie pracy zespołowej online. Dodatkowo pracownicy kierunku dbają o to, aby narzędzia e-learningowe odpowiadały specyfice dyscypliny - wykorzystywane są m.in. do nauki obsługi programów multimedialnych, projektowania treści audiowizualnych, analiz materiałów medialnych czy symulacji konferencji prasowych w trybie online. Dzięki temu studenci zdobywają praktyczne doświadczenie w środowisku cyfrowym, które stanowi podstawę współczesnego rynku medialnego i komunikacyjnego.

Technologie informacyjno-komunikacyjne stanowią więc integralną część procesu kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Ich zastosowanie zwiększa elastyczność dydaktyki, poszerza możliwości nauczania oraz przygotowuje studentów i studentki do pracy w zawodach, w których umiejętność sprawnego korzystania z narzędzi cyfrowych i komunikacji online jest dziś nieodzowna.

5.4. Udogodnienia w zakresie infrastruktury i wyposażenia dostosowanych do potrzeb studentów z niepełnosprawnością

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu od lat prowadzi konsekwentne działania na rzecz zapewnienia dostępności dla osób z niepełnosprawnościami, dbając zarówno o infrastrukturę, specjalistyczne wyposażenie, jak i systemowe wsparcie organizacyjne. Centralną rolę w tym obszarze pełni Zespół Wsparcia Osób ze Szczególnymi Potrzebami (ZWOSP), działający od 2023 roku w strukturach Uniwersyteckiego Ośrodka Wsparcia i Rozwoju Osobistego. Zespół odpowiada m.in. za monitorowanie i likwidowanie barier architektonicznych, doposażanie sal dydaktycznych w sprzęt kompensujący niepełnosprawność oraz przygotowywanie ekspertyz i konsultacji dotyczących nowych inwestycji i modernizacji. W latach 2022–2024 ZWOSP uczestniczył w szeregu inicjatyw poprawiających dostępność, m.in. przygotowując wnioski o budowę wind na wybranych wydziałach, opiniując projekty modernizacji laboratoriów czy konsultując dostosowanie przestrzeni miejskich i akademickich. W 2021 roku powstał także raport o stanie dostępności UMK, potwierdzający kompleksowe podejście uczelni do tego zagadnienia.

Na UMK naukę mogą podjąć osoby z każdym rodzajem niepełnosprawności, a liczba studentów i studentek wymagających szczególnego wsparcia systematycznie rośnie – dotyczy to również kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. W budynku Collegium Minus, gdzie mieści się Instytut Badań Informacji i Komunikacji, funkcjonuje czytelnia wyposażona w stanowisko komputerowe dostosowane do potrzeb osób niewidzących i niedowidzących, z dostępem do internetu i katalogu bibliotecznego. Budynki wzniesione w ostatnich latach – w tym gmach z dziekanatem kierunku – są w pełni przystosowane do potrzeb osób z ograniczeniami mobilności (podjazdy, windy, szerokie drzwi, odpowiednie toalety). Starsze obiekty są stopniowo modernizowane – np. Biblioteka Uniwersytecka posiada obecnie zewnętrzny podjazd, windę i platformę schodową. Szczególnym wyzwaniem pozostaje Collegium Minus, objęte ścisłą ochroną konserwatorską, gdzie obecnie brakuje infrastruktury dla osób poruszających się na wózkach. Władze WFiNS od kilku lat podejmują jednak intensywne działania na rzecz uzyskania zgody na montaż windy oraz budowę podjazdów.

Istotnym elementem wsparcia jest także wypożyczalnia specjalistycznego sprzętu i oprogramowania, z której bezpłatnie korzystać mogą studenci, doktoranci i pracownicy UMK. Do dyspozycji są urządzenia wspomagające osoby z dysfunkcjami wzroku czy ruchu, a także nowoczesny sprzęt multimedialny, np. interaktywne monitory zakupione w 2024 roku do Uniwersyteckiego Centrum Języków Obcych. Dodatkowym udogodnieniem są bezpłatne usługi transportowe dla osób z niepełnosprawnościami ruchowymi, które realizowane są na terenie Torunia w dni robocze w godzinach od 7:00 do 22:00.

Od 2 lipca 2025 roku w UMK obowiązuje również nowe zarządzenie regulujące kwestie dostępności w ramach inwestycji, modernizacji i remontów. Nakłada ono na wszystkie jednostki uczelni obowiązek stosowania zasad projektowania uniwersalnego, a w przypadku ograniczeń – wprowadzania racjonalnych usprawnień lub zapewnienia dostępu alternatywnego, zawsze przy akceptacji zespołu ds. zapewniania dostępności.

Dzięki tak kompleksowym rozwiązaniom UMK realizuje spójną strategię zapewniania równego dostępu do edukacji, łącząc działania infrastrukturalne, systemowe i organizacyjne. Podejście to sprawia, że studenci i studentki z niepełnosprawnościami, także ci kształcący się na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, mają realne możliwości uczestniczenia w pełnym życiu akademickim i rozwijania swoich kompetencji w sprzyjających warunkach.

5.5. Dostępność infrastruktury w celu wykonywania przez studentów zadań wynikających z programu studiów w ramach pracy własnej

W przypadku dziennikarstwa i komunikacji społecznej kluczową rolę w procesie dydaktycznym odgrywa dostęp do specjalistycznego oprogramowania badawczego. Studenci korzystają z niego zarówno w pracowniach komputerowych, jak i na własnych komputerach dzięki licencjom sieciowym, co pozwala na prowadzenie analiz w warunkach pracy indywidualnej. Do dyspozycji pozostają m.in. programy do analiz ilościowych i statystycznych (SPSS, Gretl) oraz do badań jakościowych (MAXQDA), co zapewnia możliwość realizacji pełnego spektrum badań społecznych i medioznawczych – od prostych zestawień po złożone analizy dyskursu.

Rozwój kompetencji badawczych studentów wspiera także rozbudowany system biblioteczny UMK. Na potrzeby kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna szczególnie istotne są biblioteki wydziałowe w Collegium Minus i Collegium Humanisticum, oferujące specjalistyczne zbiory medioznawcze. Dostępna jest również Biblioteka Uniwersytecka w Toruniu – jedna z największych w Polsce, gromadząca około 3 milionów dokumentów i publikacji. Od lat 90. rozwija ona elektroniczne

usługi informacyjne, udostępniając zbiory zarówno tradycyjnie, jak i online. Biblioteka dysponuje bogatymi zbiorami naukowymi, kolekcjami specjalnymi w formie analogowej oraz tysiącami materiałów dostępnych wyłącznie elektronicznie (książki, czasopisma, bazy danych), a także prowadzi własne badania naukowe. Jej przestrzenie wnętrza – pełne światła dziennego – obejmują czytelnie, wypożyczalnię, czytelnię czasopism, a także strefy pracy indywidualnej i grupowej, co stwarza komfortowe warunki do nauki i badań.

Studenci, zarówno podczas zajęć, jak i w ramach pracy własnej, korzystają z szerokiego wachlarza nowoczesnych programów i aplikacji wspierających komunikację oraz tworzenie treści. Obejmuje to narzędzia graficzne (Canva, CapCut), rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji (ChatGPT, Perplexity, NotebookLM) oraz systemy do zarządzania treściami w mediach społecznościowych i serwisach internetowych (CMS). Dzięki możliwości pracy na tych narzędziach także poza zajęciami studenci doskonalą praktyczne umiejętności zgodne z aktualnymi trendami w branży medialnej, a jednocześnie rozwijają krytyczną ocenę i odpowiedzialne korzystanie z technologii, co stanowi ważny element ich samodzielnego kształcenia i przygotowania do przyszłej pracy zawodowej.

Dodatkowo w Collegium Minus studenci mogą korzystać ze stref relaksu z kanapami, pufami i stolikami, a także z zaplecza socjalnego, w tym dostępu do czajnika i kuchenki mikrofalowej. Dzięki temu proces studiowania łączy naukę i pracę badawczą z możliwością odpoczynku i integracji w przyjaznym otoczeniu.

5.6. System biblioteczno-informacyjny uczelni

Studenci i studentki kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mają możliwość korzystania z dwóch bibliotek. Pierwszą z nich jest Biblioteka Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych, zlokalizowana w budynku Collegium Minus, gdzie odbywają się zajęcia dydaktyczne. W trakcie semestru działa ona w godzinach: poniedziałek, środa i czwartek 9:00–15:00, wtorek 9:00–17:00, piątek 9:00–14:00. Jej księgozbiór obejmuje literaturę z zakresu filozofii i nauk społecznych – według stanu na 31 grudnia 2022 r. liczył ok. 30 tys. woluminów książek, 2 tys. woluminów czasopism, w tym ponad 3 tys. pozycji w zbiorze podręcznym. Biblioteka ta udostępnia przede wszystkim literaturę wymaganą i zalecaną w sylabusach, choć obecnie prowadzący zajęcia coraz częściej przekazują studentom materiały w formie elektronicznej.

Drugą placówką jest Biblioteka Uniwersytecka, mieszcząca się na głównym kampusie. Jest ona czynna w semestrze od poniedziałku do piątku w godzinach 8:30–20:00, w soboty 9:00–16:00 oraz w niedziele 9:00–14:00. Jej zbiory liczą ponad 3 miliony woluminów, a dodatkowo oferuje dostęp do Wirtualnej Biblioteki Nauki oraz wielu publikacji elektronicznych, z których można korzystać z dowolnego miejsca po zalogowaniu do Centralnego Punktu Logowania. Dzięki temu studenci mają dostęp do ponad 60 międzynarodowych baz publikacji naukowych, takich jak m.in. JSTOR, De Gruyter, Peter Lang, Scopus, ScienceDirect, Statista, Web of Science czy Wiley.

W czytelni Biblioteki WFiNS znajduje się również stanowisko komputerowe z dostępem do internetu i katalogu bibliotecznego wspólnego dla wszystkich kierunków, a także drukarka dostępna dla czytelników.

5.7. Monitorowanie i doskonalenie bazy dydaktycznej i naukowej oraz systemu biblioteczno-informacyjnego

Zaplecze techniczne budynku WFiNS - obejmujące m.in. komputery, rzutniki, telewizory czy drukarki – utrzymywane jest w dobrym stanie dzięki systematycznemu monitorowaniu sprawności sprzętu, aktualizacji oprogramowania oraz bieżącym pracom konserwacyjnym. Za część merytoryczną odpowiada kadra dydaktyczna, która weryfikuje, czy dane narzędzia nadal odpowiadają potrzebom dydaktycznym i badawczym oraz zgłasza konieczność zakupu nowych urządzeń, programów czy licencji. Na tej podstawie podejmowane są decyzje o modernizacjach i usprawnieniach. W ocenie bazy uczestniczą również studenci – ich opinie zbierane są w ankietach, a zgłoszone potrzeby są sukcesywnie realizowane (np. zmiana aranżacji korytarzy, wzbogacanie zasobów czytelni ze środków grantowych). Dodatkowo kierunek korzysta z nowoczesnego zaplecza Uniwersyteckiego Centrum Informatycznego, w tym z sal multimedialnych, oprogramowania graficznego i studia fotograficzno-telewizyjnego, co zapewnia studentom naukę w warunkach odpowiadających realiom branżowym.

Za część administracyjno-gospodarczą odpowiada Dział Administracyjno-Gospodarczy UMK, którego zadania obejmują utrzymanie, administrowanie i eksploatację obiektów oraz terenów Uniwersytetu. Do jego kompetencji należy dbanie o stan techniczny budynków, prowadzenie przeglądów, modernizacji i konserwacji, nadzór nad umowami w zakresie napraw i usług serwisowych, a także zapewnienie bezpieczeństwa użytkowania obiektów. Dział koordynuje również kwestie ubezpieczeniowe, gospodarkę odpadami i surowcami wtórnymi, obsługę techniczną uroczystości uniwersyteckich czy administrowanie systemami łączności. Dzięki temu infrastruktura dydaktyczna i naukowa kierunku jest nie tylko stale dostępna, ale także utrzymywana zgodnie z wymaganiami prawnymi i organizacyjnymi określonymi w regulacjach dotyczących jakości kształcenia.

Zalecenia dotyczące kryterium 5 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 5 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Poprawa stanu infrastruktury oraz wypracowanie mechanizmów ich skutecznego nadzoru	Siedziba Instytutu, Collegium Minus, jest zabytkowym budynkiem objętym ochroną konserwatorską. Władze Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych od kilku lat starają się uzyskać zgodę na montaż windy i budowę podjazdów. Pozytywny wpływ na infrastrukturę, jej stan oraz monitorowane jest fakt, że zajęcia realizowane są również w UCI, budynku o doskonałym zapleczu infrastrukturalnym, a także w miejscach takich jak pracownia fotograficzna czy wideo-filmowa, zapewniane przez prowadzące zajęcia fotografia portretowa i korporacyjna oraz TV online. Dodatkowo warto wspomnieć o stale aktualizowanej bazie komputerowej i oprogramowania.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 5:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to regularna modernizacja bazy dydaktycznej. W ostatnich latach wymieniono sprzęt komputerowy w pracowniach, co pozwala studentom pracować z aktualnym oprogramowaniem do grafiki i multimediiów.

Kryterium 6. Współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym w konstruowaniu, realizacji i doskonaleniu programu studiów oraz jej wpływ na rozwój kierunku

6.1. Współpraca uczelni z instytucjami otoczenia społeczno-gospodarczego i jej wpływ na kształcenie

Strategia Uniwersytetu Mikołaja Kopernika w Toruniu na lata 2021–2026 zakłada wzmocnienie pozycji uczelni jako instytucji otwartej na współpracę z otoczeniem, tworzącej wiedzę i innowacyjne rozwiązania, świadczącej usługi eksperckie na wysokim poziomie, a zarazem aktywnie zaangażowanej społecznie i kulturotwórczo. Ten kierunek działań szczególnie dobrze wpisuje się w charakter dyscypliny nauk o komunikacji społecznej i mediach, w ramach której prowadzony jest kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Już sama specyfika tej dziedziny sprawia, że kadra dydaktyczna i badawcza od lat współpracuje z otoczeniem społecznym, medialnym i biznesowym.

Współpraca ta realizowana jest na wielu płaszczyznach, m.in. poprzez:

1. włączanie do procesu dydaktycznego doświadczeń wykładowców zdobytych we współpracy z instytucjami medialnymi, agencjami PR i organizacjami kulturalnymi;
2. udział praktyków z branży medialnej, reklamowej i komunikacyjnej w prowadzeniu zajęć dydaktycznych;
3. wspieranie instytucji kultury i organizacji pozarządowych w popularyzowaniu działań społecznych i kulturalnych oraz we wspólnej promocji badań naukowych;
4. współorganizowanie praktyk studenckich w redakcjach, instytucjach kultury, firmach medialnych i agencjach komunikacyjnych;
5. organizowanie spotkań i debat z przedstawicielami samorządów, mediów oraz instytucji biznesowych w ramach zajęć i dodatkowych wydarzeń akademickich.

Dzięki temu kształcenie na kierunku pozostaje ściśle powiązane z praktyką zawodową i aktualnymi potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego.

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym jest jednym z filarów zarówno koncepcji kształcenia, jak i realizacji programu studiów. Od samego początku zakładaliśmy, że studia muszą być ściśle powiązane z praktyką zawodową i aktualnymi potrzebami rynku pracy – dlatego współpracujemy zarówno w oparciu o formalne porozumienia, jak i na podstawie dobrego obyczaju akademickiego z:

1. jednostkami samorządu terytorialnego oraz instytucjami miejskimi
2. mediami (publicznymi i prywatnymi)
3. przedstawicielami przedsiębiorców i firmami
4. absolwentami dziennikarstwa i komunikacji społecznej (oraz kierunków pokrewnych, którzy z chęcią udzielają się w działalności uniwersytetu)

Partnerami kierunku są m.in. Telewizja Polska Oddział w Bydgoszczy, Polskie Radio Pomorza i Kujaw, Centrum Kultury Dwór Artusa, Międzynarodowy Festiwal Filmowy Tofifest, Książnica Kopernikańska, a także organizacje biznesowe, jak Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu, zrzeszające ok. 30 przedsiębiorców i przedsiębiorczyń z różnych branż (od projektowania stron www, grafiki i branding, przez reklamę outdoorową, copywriting, fotografię i wideo, po zarządzanie projektami, wsparcie psychologiczne czy coaching). Na mocy nowego porozumienia nasi studenci i studentki będą mogli brać udział w spotkaniach Lokomotywy Biznesu, gdzie nauczą się m.in. networkingu, przedsiębiorczości i budowania marki osobistej. Prezes Lokomotywy, Miłosz Cichocki, absolwent kierunku socjologia na naszym uniwersytecie jest przykładem praktyka, który łączy perspektywę akademicką z doświadczeniem biznesowym i wspiera nasz kierunek w dopasowywaniu treści kształcenia do realnych oczekiwań rynku.

Dzięki tej współpracy w proces dydaktyczny włączamy praktyków zewnętrznych, którzy prowadzą zajęcia warsztatowe i gościnne wykłady, dzielą się wiedzą oraz wskazują studentom aktualne standardy zawodowe. Instytucje kultury i media regionalne udostępniają swoje przestrzenie i projekty jako laboratoria dydaktyczne, w których studenci uczą się pracy redakcyjnej, organizacji wydarzeń czy promocji kultury. Z kolei współpraca z przedsiębiorcami - także w ramach Lokomotywy Biznesu - poszerza ofertę praktyk i staży, umożliwiając studentom poznanie nie tylko świata mediów, lecz także komunikacji biznesowej, marketingu czy branding.

Aby zapewnić spójność tej współpracy z celami dydaktycznymi, powołaliśmy Radę Programową, w której zasiadają przedstawiciele wymienionych instytucji, nasi absolwenci i sympatycy kierunku. Rada pełni funkcję doradczą: opiniuje program studiów, proponuje modyfikacje efektów uczenia się i sugeruje rozwiązania odpowiadające na zmieniające się potrzeby społeczne i gospodarcze. Dzięki temu koncepcja kształcenia pozostaje żywa i elastyczna, a jej realizacja jest stale konfrontowana z praktyką zawodową.

W praktyce oznacza to, że zajęcia warsztatowe, treści programowe i metody kształcenia są bezpośrednio inspirowane doświadczeniami partnerów. Studenci uczestniczą w projektach edukacyjnych, wydarzeniach medialnych i kulturalnych, a także mają możliwość rozwoju w środowisku biznesowym. W efekcie praktyki zawodowe, realizowane na II roku studiów, nie są traktowane wyłącznie jako formalny obowiązek, a są logicznym dopełnieniem procesu uczenia się, które dzięki współpracy z partnerami instytucjonalnymi i biznesowymi ma realny wpływ na przygotowanie absolwentów do wejścia na rynek pracy.

Ważnym uzupełnieniem współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest uczestnictwo w programie CO-OP, który łączy proces kształcenia akademickiego z praktycznym doświadczeniem zawodowym. W jego ramach to pracodawcy przygotowują oferty staży, definiując treści i zakres obowiązków oraz wskazując kompetencje, które powinny zostać rozwinięte. Dzięki temu program studiów jest bezpośrednio konfrontowany z realnymi oczekiwaniami rynku pracy, a studenci mogą zdobywać doświadczenie odpowiadające na aktualne potrzeby branży medialnej, komunikacyjnej i biznesowej.

Realizacja programu CO-OP odbywa się w formule ścisłej współpracy uczelni z partnerami instytucjonalnymi i biznesowymi. Studenci przechodzą podwójny proces rekrutacji – zarówno w ramach UMK, jak i w instytucji przyjmującej – co gwarantuje dopasowanie ich profilu do oczekiwań pracodawców. W trakcie stażu każdy student otrzymuje opiekuna z ramienia firmy lub instytucji, który wprowadza go w kulturę organizacyjną, nadzoruje projekty i wspiera w rozwijaniu kompetencji.

Wydział natomiast umożliwia elastyczną organizację studiów, m.in. poprzez indywidualną organizację zajęć, co pozwala łączyć obowiązki akademickie z pełnym wymiarem stażu, realizowanego również w formule hybrydowej lub zdalnej.

Program ten ma charakter elitarny i przeznaczony jest dla najbardziej aktywnych studentów, którzy dzięki niemu zdobywają doświadczenie zawodowe prowadzące często do zatrudnienia już w trakcie lub bezpośrednio po ukończeniu studiów. Pracodawcy nie tylko finansują wynagrodzenie stażowe i ubezpieczenie, ale także angażują się w ocenę efektów kształcenia, przekazując uczelni informacje zwrotne na temat umiejętności i kompetencji studentów. Te opinie stanowią dla kierunku cenne źródło wiedzy o potrzebach rynku i inspirację do dalszych modyfikacji programowych.

Dzięki takiej formule współpracy CO-OP staje się strategicznym narzędziem integracji środowiska akademickiego i biznesowego, wzmacniając atrakcyjność kierunku i zwiększając konkurencyjność jego absolwentów. Jest to przykład rozwiązania, które nie tylko pozwala studentom na zdobycie unikalnych doświadczeń zawodowych, ale także realnie wpływa na jakość i aktualność programu studiów.

6.2. Proces, motywacja i organizacja współpracy kierunku z otoczeniem gospodarczym

Współpraca kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna z otoczeniem gospodarczym ma charakter planowy i systemowy, a jej główną motywacją jest dostosowanie efektów kształcenia do dynamicznych zmian rynku pracy oraz rosnących oczekiwań wobec absolwentów w branży medialnej, komunikacyjnej i kreatywnej. Od samego początku istnienia kierunku przyjęto założenie, że program studiów nie może być zamknięty w ramach akademickiej teorii, lecz powinien być stale konfrontowany z praktyką zawodową i potrzebami interesariuszy zewnętrznych – mediów, instytucji kultury, organizacji pozarządowych oraz biznesu.

Proces ten przebiega wieloetapowo. Po pierwsze, już na etapie konstruowania programu studiów systematycznie analizowane są sygnały płynące z rynku pracy – m.in. poprzez informacje zwrotne od pracodawców, konsultacje w Radzie Programowej, a także opinie absolwentów, którzy sami pracują w branży. Te doświadczenia są następnie przekładane na treści programowe i dobór metod dydaktycznych. Po drugie, w toku realizacji programu studiów praktycy zewnętrzni prowadzą zajęcia, warsztaty i wykłady gościnne, a także udostępniają studentom przestrzeń i projekty, które stają się naturalnym laboratorium dydaktycznym. Po trzecie, w ramach praktyk zawodowych oraz inicjatyw takich jak CO-OP czy współpraca z Lokomotywą Biznesu, studenci zdobywają bezpośrednie doświadczenie w redakcjach, instytucjach kultury, agencjach brandingowych i firmach komunikacyjnych, co stanowi integralny element ich kształcenia.

Organizacja współpracy ma charakter wielopoziomowy i obejmuje zarówno formalne porozumienia (np. z TVP Bydgoszcz, Polskim Radiem Pomorza i Kujaw, Centrum Kultury Dwór Artusa, Międzynarodowym Festiwalem Filmowym Tofifest, Stowarzyszeniem Lokomotywa Biznesu), jak i relacje oparte na stałej wymianie doświadczeń, zbudowane dzięki indywidualnym kontaktom kadry dydaktycznej. Dzięki temu studenci zyskują dostęp nie tylko do typowych redakcji czy instytucji medialnych, lecz także do mniej oczywistych, ale niezwykle wartościowych miejsc praktyk, np. firm zajmujących się marketingiem internetowym, komunikacją kryzysową czy produkcją treści audiowizualnych.

Motywacją do rozwijania tych działań jest przekonanie, że rynek mediów i komunikacji zmienia się szybciej niż kiedykolwiek wcześniej: rozwój platform wideo, media społecznościowe, sztuczna inteligencja, rosnące znaczenie brandingu i fact-checkingu powodują, że studenci muszą być

przygotowani do funkcjonowania w interdyscyplinarnym ekosystemie komunikacyjnym. Dzięki bliskiej współpracy z otoczeniem gospodarczym kierunek nie tylko aktualizuje program, lecz także wzmacnia swoją pozycję jako miejsce, gdzie praktyka zawodowa i refleksja akademicka przenikają się w sposób naturalny i twórczy.

Etap procesu	Formy współpracy	Motywacja / cel	Efekty dla studentów i kierunku
Konstruowanie programu studiów	Konsultacje z Radą Programową, analiza ofert pracy, opinie absolwentów	Dostosowanie treści do realnych potrzeb rynku pracy	Aktualne treści programowe, interdyscyplinarne moduły (AI, dezinformacja, branding)
Realizacja zajęć	Zajęcia prowadzone przez praktyków z mediów, PR, biznesu i kultury; wykłady gościnne	Łączenie teorii z praktyką, pokazanie standardów zawodowych	Umiejętność pracy warsztatowej, krytyczna analiza trendów i procesów
Praktyki zawodowe	Redakcje, agencje, instytucje kultury, Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu, firmy prywatne	Przygotowanie do realnych wyzwań zawodowych, rozwój kompetencji praktycznych	Portfolio zawodowe, networking, możliwość zatrudnienia po praktykach
Programy specjalne (np. CO-OP)	Wspólna rekrutacja, opieka mentora w firmie, płatne staże	Integracja edukacji z akademickiej z doświadczeniem zawodowym	Zdobycie efektów uczenia się w realnych projektach, zatrudnienie po stażu
Doskonalenie programu	Opinie pracodawców i absolwentów, informacje zwrotne z praktyk i staży	Ulepszanie programu, zwiększanie atrakcyjności kierunku	Elastyczność programu, lepsze przygotowanie absolwentów do rynku pracy

6.3. Monitorowanie i doskonalenie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna monitorowanie i doskonalenie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym odbywa się w sposób ciągły i wielopoziomowy, obejmując zarówno spotkania formalne (np. posiedzenia Rady Programowej), jak i nieformalne konsultacje z praktykami. Rada Programowa, w której zasiadają przedstawiciele instytucji kultury, mediów, biznesu i absolwentów, regularnie opiniuje program studiów i wskazuje kierunki jego rozwoju, tak aby

odpowiadał aktualnym potrzebom rynku pracy i społeczeństwa. Jednocześnie realizujemy stałe kontakty robocze z partnerami instytucjonalnymi - np. Anna Stawowska, kierowniczka Działu Promocji Dworu Artusa, bierze udział w zajęciach z promocji i reklamy i współkonsultuje treści programowe, co pozwala na bieżąco dostosowywać sylabus do praktyki instytucji kultury. Podobną funkcję pełni Krzysztof Jagusz z firmy Design-IT (członek Lokomotywy Biznesu), który współpracuje przy zajęciach z komunikacji wizualnej, dzieląc się doświadczeniem z obszaru projektowania graficznego i branding.

Współpraca ta ma charakter powtarzalny i cykliczny – odbywa się nie tylko w trakcie roku akademickiego w ramach warsztatów i wykładów gościnnych, ale również przy corocznej analizie i aktualizacji programów studiów. Ważnym elementem są także warsztaty i spotkania organizowane z absolwentami – przykładem jest zaplanowany warsztat Mateusza Górskiego, absolwenta politologii i Executive Directora w Patronite.pl, dotyczący współpracy z twórcami internetowymi w środowisku agencji kreatywnej.

Rezultaty współpracy są systematycznie omawiane w gronie kadry dydaktycznej i przekładane na modyfikacje programowe – np. uzupełnianie sylabusów o nowe treści praktyczne, aktualizowanie zakresów zajęć warsztatowych czy wprowadzanie nowych form dydaktycznych. Dzięki temu program studiów nie jest dokumentem statycznym, lecz narzędziem, które podlega stałej ewaluacji w dialogu z praktykami i otoczeniem społeczno-gospodarczym. Taki model współpracy pozwala nie tylko zwiększać praktyczny wymiar kształcenia, ale również gwarantuje, że absolwenci kierunku będą wyposażeni w umiejętności odpowiadające realnym potrzebom rynku i zmieniającego się środowiska komunikacyjno-medialnego.

Zalecenia dotyczące kryterium 6 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 6 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Wzmocnienie reprezentacji przedstawicieli specjalności związanych z komunikacją społeczną w gronie interesariuszy zewnętrznych, z którymi władze wydziału konsultują zmiany programu kształcenia	Podpisanie porozumień o współpracy z Międzynarodowym Festiwalem Tofifest, Dworem Artusa oraz Stowarzyszeniem Lokomotywa Biznesu.
2.	Organizowanie przynajmniej dwa razy z roku spotkań z interesariuszami zewnętrznymi w celu przedyskutowania programu kształcenia (ewentualnie wprowadzenia	Spotkania z interesariuszami odbywają się na kilku etapach: • nawiązywania współpracy i ustalania warunków współpracy oraz jej standardów • w momencie podpisania porozumienia

	zmian) w kontekście sytuacji rynku pracy	• w ramach mniej formalnych spotkań, podczas których dyskutowane są dotychczasowe działania i działania planowane Dążymy zarówno do usystematyzowania, jak i większego sformalizowania tych spotkań i konsultacji.
...	Sugeruje się wprowadzenie zajęć, których celem będą dyskusje na aktualne tematy społeczno-gospodarcze	Wprowadziliśmy zajęcia takie jak: • współczesne społeczeństwo polskie • mediatyzacja • marketing polityczny • dezinformacja

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 6:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to strategiczna współpraca z organizacjami z otoczenia społeczno-gospodarczego, takimi jak Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu. Dzięki temu studenci mają dostęp do mniej oczywistych miejsc praktyk i projektów, co poszerza ich kompetencje.

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to aktywny udział praktyków w prowadzeniu zajęć - zarówno tych zatrudnionych na Uniwersytecie, jak i tych prowadzących czy współprowadzących poszczególne jednostki zajęciowe w formule gościnnej. Przykładem są warsztaty i wykłady prowadzone przez przedstawicieli mediów, kultury i biznesu, co pozwala studentom na bieżąco poznawać realia rynku pracy.

Praktyki unikatowe to, w naszej ocenie, program CO-OP, który łączy edukację akademicką z płatnymi stażami. Pracodawcy angażują się w rekrutację i ocenę studentów, a ich opinie są wykorzystywane do doskonalenia programu studiów.

Kryterium 7. Warunki i sposoby podnoszenia stopnia umiędzynarodowienia procesu kształcenia na kierunku

Umiędzynarodowienie procesu kształcenia stanowi istotny element Strategii Uniwersytetu Mikołaja Kopernika na lata 2021–2026 (por. zał. 1.1.). Kluczowym krokiem w tym zakresie było przystąpienie UMK w 2020 roku do Konsorcjum Młodych Uniwersytetów dla Przyszłości Europy (Young Universities for the Future of Europe – YUFE), funkcjonującego w ramach Inicjatywy Uniwersytetów Europejskich (EUI). Sieć YUFE wraz z partnerami z sektora prywatnego i pozarządowego rozwija ideę europejskiego szkolnictwa wyższego w oparciu o model uniwersytetu młodego, otwartego, inkluzywnego, dostępnego i skoncentrowanego na studentach.

Udział w YUFE daje studentom dziennikarstwa i komunikacji społecznej unikalne w Polsce możliwości:

- w ramach programu YUFE Student Journey – możliwość tworzenia własnej ścieżki kształcenia opartej na kursach (w tym także językowych) oferowanych przez 9 uczelni partnerskich, które – za zgodą dziekana – mogą być zaliczane w poczet studiów na UMK,

- w ramach programu YUFE Academy – uczestnictwo w otwartych wykładach online odbywających się na wszystkich uniwersytetach YUFE, obejmujących zagadnienia tożsamości europejskiej, dobrobytu, społeczeństwa cyfrowego czy zrównoważonego rozwoju,
- w ramach programu YUFE Minors - możliwość realizacji krótkich programów akademickich na uczelniach sieci, zakończonych uzyskaniem 30 punktów ECTS.

Ponadto pracownicy Instytutu prowadzą aktywną współpracę międzynarodową na podstawie umów dwustronnych obejmujących zarówno działalność badawczą, jak i dydaktyczną. W jej ramach realizowana jest wymiana naukowa i dydaktyczna członków społeczności akademickiej, wspólne projekty badawcze oraz aplikowanie o międzynarodowe granty, co dodatkowo wzmacnia rozwój kierunku i jego powiązania z globalnym środowiskiem naukowym.

Osobą odpowiedzialną za umiędzynarodowienie kierunku, współpracy z partnerami zagranicznymi - zarówno akademickimi, jak i komercyjnymi - jest w Katedrze Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa jest dr Łukasz Wojtkowski, posiadający ogromne doświadczenie w tej materii (opisane w szerzej w Kryterium 7.1.).

7.1. Rola umiędzynarodowienia procesu kształcenia w koncepcji kształcenia i planach rozwoju

kierunku

Współpraca międzynarodowa kadry kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowi jeden z fundamentów rozwoju Instytutu Badań Informacji i Komunikacji i bezpośrednio wpływa na koncepcję kształcenia, program studiów oraz jakość procesu dydaktycznego. Nauczyciele akademicki aktywnie uczestniczą w projektach i mobilnościach międzynarodowych, publikują w prestiżowych wydawnictwach zagranicznych, prowadzą zajęcia w językach obcych i podejmują współpracę z ośrodkami badawczymi w Europie i poza nią. Dzięki temu studenci mają możliwość korzystania z wiedzy i doświadczeń rozwijanych w globalnym środowisku naukowym, co istotnie wzbogaca proces kształcenia i podnosi prestiż kierunku.

- Dr hab. Barbara Brodzińska-Mirowska, prof. UMK od lat aktywnie uczestniczy w międzynarodowym obiegu naukowym i badawczym, co ma istotny wpływ na koncepcję kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Regularnie bierze udział w konferencjach zagranicznych (m.in. Mainz), prezentując wyniki badań nad komunikacją polityczną, reputacją i kryzysami zaufania, co umożliwia wprowadzanie do programu studiów aktualnych zagadnień i perspektyw porównawczych. Jej publikacje ukazują się w prestiżowych wydawnictwach międzynarodowych (Palgrave Macmillan) oraz w recenzowanych czasopismach zagranicznych (Problems of Post-Communism, Romanian Journal of Political Science), co wzmacnia wymiar umiędzynarodowienia procesu dydaktycznego i badawczego.

Obecnie prof. Brodzińska-Mirowska uczestniczy także w projekcie PODTRUST (Potencjał technologii cyfrowej. Optymalizacja godnego zaufania kontaktu cyfrowego), finansowanym w ramach międzynarodowego programu T-AP DGT (Trans-Atlantic Platform for Social Sciences and Humanities), realizowanego przez Narodowe Centrum Nauki i partnerów zagranicznych. Projekt ten ma wymiar międzynarodowy i angażuje instytucje badawcze z różnych krajów, co wzmacnia badawcze fundamenty kształcenia na kierunku.

Jej międzynarodowe doświadczenia i współpraca z badaczami z zagranicy mają bezpośrednie przełożenie na dydaktykę - wprowadzają do zajęć komponent porównawczy i umożliwiają

studentom kontakt z najnowszymi trendami badawczymi w zakresie komunikacji politycznej i mediatyzacji. W konsekwencji umiędzynarodowienie w działalności prof. Brodzińskiej-Mirowskiej stanowi ważny element rozwoju kierunku, podnosząc jego prestiż i dostosowując proces kształcenia do globalnych standardów.

- Prof. Marek Jeziński od lat aktywnie uczestniczy w międzynarodowym obiegu naukowym, koncentrując swoje badania wokół kultury popularnej, mediatyzacji i komunikacji politycznej. Publikuje w prestiżowych wydawnictwach i czasopismach zagranicznych, takich jak *Intellect Books* (Chicago/Bristol), *International Journal of Cultural Policy*, *Rock Music Studies*, *Journalism Practice* czy *Cogent Arts & Humanities*. Współpracuje z badaczami z zagranicy, m.in. Martinem Butlerem i Veroniką Keller, rozwijając sieć kontaktów i projektów o zasięgu międzynarodowym. Jego aktywność przekłada się na dydaktykę – prowadzone przez niego zajęcia uwzględniają komparatystyczne spojrzenie na procesy kulturowe i medialne, co pozwala studentom konfrontować polskie doświadczenia z globalnym kontekstem.
- Dr hab. Aleksandra Seklecka, prof. UMK specjalizuje się w badaniach nad mediami wojennymi, propagandą i dziennikarstwem śledczym, co znajduje odzwierciedlenie w jej licznych publikacjach w międzynarodowych czasopismach, takich jak *Media, War and Conflict* czy *Media and Communication*. Współpracuje naukowo z badaczami z Ukrainy, a swoje doświadczenia dydaktyczne rozwija także poprzez prowadzenie zajęć w języku angielskim na UMK, m.in. *Journalists and Media Owners in the World* oraz *Investigative Journalism – Case Studies*. Pełni również funkcję recenzentki dla *Central European Journal of Communication*. Jej aktywność naukowa i dydaktyczna w środowisku międzynarodowym pozwala studentom zdobywać wiedzę o najnowszych badaniach nad wojną informacyjną i mediami globalnymi, przygotowując ich do pracy w środowisku międzynarodowym.
- Dr hab. Wiesław Waclawczyk, prof. UMK od lat angażuje się we współpracę międzynarodową, łącząc działalność akademicką z doświadczeniem praktycznym w obszarze praw człowieka i wolności słowa. Jest członkiem międzynarodowej grupy badawczej *Freedom of Thought Academic Research Network* (Uniwersytet w Hamburgu), a w ramach współpracy z Helsińską Fundacją Praw Człowieka prowadził kursy w Azerbejdżanie, Gruzji, Kirgistanie, Tadżykistanie i Uzbekistanie. Odbýwał pobyty naukowe i kulturowe m.in. w Anglii, Norwegii i USA. Regularnie prowadzi zajęcia w języku angielskim, w tym dla studentów programu Erasmus. Jego międzynarodowe doświadczenia w obszarze edukacji i praw człowieka są bezpośrednio przenoszone do dydaktyki, co pozwala studentom poznawać praktyczne konteksty wolności mediów i etyki dziennikarskiej w wymiarze globalnym.
- Dr Łukasz Wojtkowski intensywnie rozwija swoją współpracę międzynarodową poprzez mobilności dydaktyczne i badawcze jako visiting professor oraz researcher. W ostatnich latach prowadził zajęcia i badania m.in. w Lizbonie (2016, 2021, 2023), Kopenhadze (2021), Antwerpii (2023), Essex (2022) oraz Maastricht (2022–2023). Jest zaangażowany w projekty badawczo-rozwojowe o zasięgu międzynarodowym, takie jak DigitalH (detekcja botów i dezinformacji) czy QSoMe (NCBR), a także w projekty wdrożeniowe typu SaaS i Silver Wiseman. Odgrywa aktywną rolę w konsorcjum YUFE (Young Universities for the Future of Europe), gdzie pełni funkcję eksperta i mentora w obszarze przedsiębiorczości i innowacji. Jego doświadczenia dydaktyczne i projektowe są wykorzystywane w kształceniu studentów, zwłaszcza w obszarach związanych z nowymi mediami, brandingiem i cyfrową komunikacją marketingową.

- Dr hab. Iwona Massaka, prof. UMK ma bogate doświadczenie we współpracy międzynarodowej, obejmujące zarówno dydaktykę, jak i badania. Prowadziła wykłady w ramach programu Erasmus+ (Omsk, 2017) oraz pracowała jako profesor wizytujący na Uniwersytecie al-Farabi w Ałmaty (Kazachstan, 2012–2014). W 2019 roku uczestniczyła w międzynarodowym projekcie badawczym w obszarze turkologii, rosjoznawstwa i sinologii, a jej publikacje często ukazują się w językach obcych. Jest również autorką książek popularyzujących wiedzę o Gruzji, m.in. *Szczegóły. Rzecz o Gruzji*, dzięki czemu wprowadza do dydaktyki perspektywę międzykulturową i unikatowe spojrzenie na region Kaukazu. Jej doświadczenia dydaktyczne i badawcze wzmacniają proces kształcenia, pozwalając studentom rozwijać wiedzę o globalnych procesach kulturowych i politycznych w powiązaniu z mediami.

Podsumowując, kadra kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w Instytucie Badań Informacji i Komunikacji aktywnie uczestniczy w międzynarodowym obiegu naukowym, publikacyjnym i dydaktycznym. Udział w prestiżowych projektach, mobilnościach i współpracy międzynarodowej nie tylko podnosi prestiż jednostki, ale przede wszystkim wzbogaca ofertę dydaktyczną i sprawia, że studenci mają dostęp do wiedzy opartej na najnowszych trendach światowej humanistyki i nauk społecznych. Dzięki temu kierunek rozwija się w zgodzie z globalnymi standardami, przygotowując absolwentów do funkcjonowania w międzynarodowym środowisku mediów i komunikacji.

7.3. Aspekty programu studiów służące umiędzynarodowieniu, kształcenia w językach obcych

Stopień przygotowania studentów i studentek kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna do pracy i uczenia się w językach obcych jest efektem wieloetapowego procesu kształcenia, który łączy obowiązkową naukę języka obcego, konwersatoria w językach obcych oraz bogatą ofertę fakultetów realizowanych w tej formule. Już na pierwszym stopniu studiów studenci uczestniczą w obowiązkowych zajęciach z języka obcego prowadzonych przez Uniwersyteckie Centrum Języków Obcych, które kończą się weryfikacją znajomości języka na poziomie B2 zgodnie z wymogami Krajowych Ram Kwalifikacji. Na trzecim roku studiów pierwszego stopnia wszyscy studenci realizują dodatkowo obowiązkowe konwersatorium w języku obcym; analogiczny wymóg istnieje również na pierwszym roku studiów drugiego stopnia.

W tym zakresie mogą wybierać zarówno z oferty zajęć przygotowanych przez pracowników naszej katedry, takich jak *Journalists and Media Owners in the World* (dr hab. Aleksandra Seklecka, prof. UMK), *Freedom of Thought and Expression amongst Other Human Rights, Media, Politics and Globalization*, *Great Leaders and Their Great Speeches* czy *Human Rights and Journalism* (dr hab. Wiesław Waclawczyk, prof. UMK), *Political Satire in Mass Media* i *The Women's Issues in Contemporary* (dr hab. Magdalena Mateja, prof. UMK) czy *Smiling in Europe. Exploring Social Policies and Media Perspectives in Europe and the United States* (mgr Olga Wadowska) —jak i z szerszej oferty ogólnouniwersyteckiej.

Kompetencje językowe studentów weryfikowane są na różnych poziomach w trakcie procesu dydaktycznego. Obowiązkowe konwersatoria w języku obcym stanowią ważny element tego procesu, umożliwiając studentom rozwijanie umiejętności komunikacji w języku obcym w kontekście specjalistycznym. Dzięki regularnym testom i ocenianiu uczestnictwa w zajęciach, wykładowcy monitorują postępy studentów, oceniając ich umiejętności w zakresie rozumienia i analizy tekstów, komunikacji w języku angielskim oraz zastosowania języka w praktyce zawodowej.

Wszystkie te działania są zatem częścią zintegrowanego podejścia do nauki języków obcych, które wspiera międzynarodowy rozwój studentów, umożliwiając im nie tylko uczestniczenie w globalnym rynku pracy, ale także aktywne współtworzenie współczesnych procesów komunikacyjnych na poziomie międzynarodowym.

7.4. Skala i zasięg mobilności i wymiany międzynarodowej studentów i kadry na UMK

Uniwersytet Mikołaja Kopernika w Toruniu aktywnie promuje międzynarodową mobilność studentów i pracowników, co stanowi integralną część polityki umiędzynarodowienia uczelni. Istnieje szereg formalnych i nieformalnych mechanizmów organizujących mobilność, zarówno na poziomie ogólnouczelnianym, jak i kierunkowym. Zgodnie z obowiązującymi aktami prawnymi, głównym narzędziem do realizacji tej mobilności jest program Erasmus+, w ramach którego UMK współpracuje z uczelniami z całej Europy oraz poza nią. Działy takie jak Dział Międzynarodowych Partnerstw i Mobilności Edukacyjnej (DMPiME) oraz jednostki wydziałowe są odpowiedzialne za organizację wyjazdów i przyjazdów studentów i pracowników, zapewniając niezbędne wsparcie administracyjne oraz koordynację działań.

Pracownicy UMK mogą uczestniczyć w mobilności w ramach dwóch głównych typów: mobilności w celu nauczania (STA) i mobilności w celu szkolenia (STT). Wyjazdy są organizowane w ramach podpisanych umów międzyinstytucjonalnych, a proces rekrutacji odbywa się na podstawie określonych zasad kwalifikacji. Dla studentów mobilność odbywa się przede wszystkim w ramach programu Erasmus+, który oferuje szeroką gamę możliwości, takich jak praktyki zawodowe, studia w uczelniach zagranicznych oraz możliwość uczestniczenia w projektach międzynarodowych.

Na poziomie ogólnouczelnianym, w ramach inicjatywy "Inicjatywa Doskonałości – Uczelnia Badawcza" (IDUB), UMK oferuje dodatkowe możliwości mobilności, takie jak konkurs SMART, który wspiera finansowanie wyjazdów i projektów badawczych w zagranicznych jednostkach naukowych. Ponadto uczelnia posiada szeroki wachlarz współpracy z krajami członkowskimi UE oraz krajami trzecimi, w tym w ramach programów takich jak KA107, umożliwiających wymianę pracowników oraz studentów z uczelniami poza Unią Europejską.

W ramach Erasmus+ uczelnia stawia również na zwiększenie liczby mobilności w obszarze edukacji i szkoleń, szczególnie z krajami partnerskimi, na które UMK przeznacza dużą część dostępnych środków. Programy takie jak YUFE (Young Universities for the Future of Europe) stanowią dla UMK dodatkową platformę umożliwiającą wymianę wiedzy i rozwój międzynarodowych sieci akademickich.

7.5. Mobilność i wymiana międzynarodowa studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna

Kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna na UMK korzysta z ogólnouczelnianych inicjatyw i programów międzynarodowych, oferując studentom i pracownikom możliwości uczestnictwa w międzynarodowej wymianie. Dla studentów kierunku kluczowym aspektem jest możliwość realizacji mobilności w ramach programu Erasmus+, w tym zarówno studiów, jak i praktyk zagranicznych. Studenci mają dostęp do wyjazdów na studia do uczelni partnerskich w krajach UE, jak i krajach trzecich. Dodatkowo, mogą korzystać z oferty ogólnouniwersyteckich zajęć prowadzonych w językach obcych, które poszerzają ich kompetencje językowe i zawodowe.

Na poziomie kierunku, studenci mają również możliwość uczestniczenia w kursach prowadzonych w języku angielskim, które są częścią programu nauczania. Programy te nie tylko umożliwiają studentom

zdobywanie kompetencji w zakresie dziennikarstwa i komunikacji, ale także rozwijają ich zdolności językowe i umożliwiają im zdobycie międzynarodowego doświadczenia, dając szansę na wzięcie udziału w dyskusjach i analizach globalnych trendów w mediach, co pozytywnie wpływa na ich przygotowanie do pracy w międzynarodowym środowisku medialnym.

Warto zaznaczyć, że w ramach Erasmus+, studenci mają także dostęp do staży zagranicznych, co pozwala im na bezpośrednie zaangażowanie się w międzynarodowe projekty medialne i komunikacyjne. Ponadto, możliwość współpracy z międzynarodowymi ekspertami, jak również udział w międzynarodowych konferencjach, znacząco wpływa na rozwój ich umiejętności zawodowych i przygotowanie do wyzwań na rynku pracy.

Warto zaznaczyć, że w ostatnich latach liczba wyjazdów była ograniczona ze względu na pandemię COVID-19, co przełożyło się na niższe statystyki mobilności.

Zasięg i skala międzynarodowej mobilności i wymiany studentów i kadry na UMK są szerokie, a uczestnictwo w programach Erasmus+ oraz innych inicjatywach międzynarodowych stanowi integralną część strategii uczelni. Dla studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dostępne są liczne możliwości mobilności, zarówno w zakresie studiów, jak i praktyk zagranicznych, co bezpośrednio wpływa na jakość kształcenia i przygotowuje ich do pracy w globalnym kontekście mediów. Dodatkowo, współpraca z zagranicznymi uczelniami oraz organizacjami daje studentom unikalną szansę na rozwój swoich kompetencji językowych i zawodowych, co w znaczący sposób wpływa na ich przyszłą karierę zawodową.

7.6. Udział wykładowców z zagranicy w prowadzeniu zajęć na ocenianym kierunku

Na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu, w ramach współpracy międzynarodowej i uczestnictwa w konsorcjum YUFE (Young Universities for the Future of Europe), udział wykładowców z zagranicy w prowadzeniu zajęć stał się istotnym elementem wzbogacającym proces dydaktyczny na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna. Udział w międzynarodowym projekcie YUFE umożliwia studentom dostęp do zajęć prowadzonych przez specjalistów z czołowych uczelni europejskich, co pozwala im na zapoznanie się z różnorodnymi perspektywami akademickimi oraz aktualnymi trendami w zakresie mediów i komunikacji na poziomie międzynarodowym.

W szczególności, w ramach inicjatyw YUFE, wiele zajęć realizowanych jest w formie zdalnej, co stwarza możliwość angażowania większej liczby wykładowców z różnych części Europy. Dzięki temu studenci mają dostęp do ekspertów z University of Essex (Wielka Brytania), Maastricht University (Holandia), University of Cyprus (Cypr), University of Helsinki (Finlandia) i innych ośrodków partnerskich. Wprowadza to elementy międzynarodowe do programu kształcenia, wzmacniając zarówno rozwój kompetencji językowych i międzykulturowych, jak i zdolność do krytycznej analizy globalnych trendów komunikacyjnych.

Proces umiędzynarodowienia na UMK jest systematycznie monitorowany i ewaluowany – zarówno na poziomie całej uczelni, poprzez raporty i ewaluacje współpracy w ramach YUFE, jak i w obrębie samego kierunku, gdzie analizuje się zainteresowanie studentów zajęciami prowadzonymi przez wykładowców zagranicznych oraz efekty ich uczestnictwa. Wnioski z tych analiz pozwalają doskonalić ofertę dydaktyczną, poszerzając katalog kursów prowadzonych w językach obcych i włączając nowe formy współpracy z zagranicznymi partnerami.

Wpływ umiędzynarodowienia na program studiów jest wielowymiarowy: od wzbogacania treści zajęć o perspektywę porównawczą, przez podnoszenie atrakcyjności i konkurencyjności kierunku, po rozwijanie u studentów kompetencji badawczych w środowisku międzynarodowym. Dzięki temu absolwenci są przygotowani do podejmowania pracy w globalnym rynku mediów i komunikacji, a sam kierunek realizuje strategiczne cele uczelni w zakresie umiędzynarodowienia i otwartości na współpracę ponadnarodową.

Udział wykładowców z zagranicy w prowadzeniu zajęć na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, realizowany w ramach współpracy z konsorcjum YUFE, ma istotny wpływ na jakość kształcenia i międzynarodowy charakter studiów. Dzięki zdalnym wykładom i kursom prowadzonym przez ekspertów z różnych krajów europejskich, studenci mają okazję zdobywać wiedzę o globalnych trendach w dziennikarstwie oraz rozwijać swoje kompetencje językowe i międzykulturowe. Tego typu mobilność dydaktyczna przyczynia się do wzbogacenia programu studiów, poszerzenia perspektyw akademickich i przygotowania studentów do pracy w międzynarodowym środowisku medialnym.

Należy wspomnieć także o konkursach dla pracowników:

- Konkurs "Inicjatywa Doskonałości – Toruńskie Programy Letnie dla Studentów – Toruń Students Summer Programs – TSSP". Celem tego konkursu jest umożliwienie współpracy naukowej studentów zagranicznych uczelni z Uniwersytetem Mikołaja Kopernika w Toruniu (UMK) poprzez realizację maksymalnie czterotygodniowych staży naukowych w miesiącach letnich. W ramach tego programu, projekty badawcze są zgłaszane i realizowane przez nauczycieli akademickich UMK posiadających co najmniej stopień doktora, którzy sprawują opiekę merytoryczną nad zagranicznymi studentami. Studenci UMK również mogą być włączeni w te projekty. W tym kontekście, to studenci zagraniczni przyjeżdżają na UMK w celu odbycia stażu badawczego pod opieką kadry UMK, a nie wykładowcy zagraniczni prowadzą zajęcia.
- Programy mobilności jest istotnym elementem jego koncepcji i rozwoju. Dzięki szerokiemu dostępowi do mobilności międzynarodowej, wymiany doświadczeń oraz udziałowi w międzynarodowych projektach badawczych, nasz kierunek dostosowuje się do globalnych trendów i przygotowuje studentów do wyzwań współczesnych mediów i komunikacji w skali światowej. Proces monitorowania i oceny stopnia umiędzynarodowienia jest systematycznie realizowany na różnych poziomach uczelni i kierunku, mając na celu bieżące doskonalenie programu studiów oraz warunków sprzyjających rozwojowi kompetencji międzynarodowych studentów i kadry.

Na poziomie ogólnouczelnianym monitorowanie mobilności międzynarodowej studentów i pracowników jest realizowane przez Dział Międzynarodowych Partnerstw i Mobilności Edukacyjnej UMK. Dział ten regularnie analizuje wyniki udziału w programach Erasmus+ oraz innych programach międzynarodowych, gromadzi dane o liczbie wyjazdów oraz przyjazdów studentów i pracowników, a także o rezultatach tych mobilności. Dodatkowo, uczestnicy mobilności międzynarodowej, zarówno studenci, jak i pracownicy, są zachęceni do dzielenia się swoimi doświadczeniami i spostrzeżeniami na temat procesu kształcenia, co umożliwia bieżącą analizę wpływu umiędzynarodowienia na jakość edukacji na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Na poziomie kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, monitorowanie efektów umiędzynarodowienia procesu kształcenia odbywa się przez bieżącą ocenę jakości mobilności międzynarodowej studentów, które są realizowane w ramach programów takich jak Erasmus+, YUFE

oraz indywidualnych wyjazdów i praktyk zagranicznych. Co więcej, uczestnictwo w takich mobilnościach wpływa na dalszy rozwój programu studiów, wprowadzając do zajęć aktualne globalne tematy, metody nauczania oraz zmiany w podejściu do mediów, komunikacji i dziennikarstwa. W ramach realizacji zajęć w językach obcych, zarówno na poziomie licencjackim, jak i magisterskim, studenci rozwijają umiejętność krytycznego analizowania oraz interpretowania medialnych i społecznych rzeczywistości z różnych perspektyw. Dzięki doświadczeniom zdobytym podczas wyjazdów, wprowadzają oni do dyskusji nową wiedzę, pogłębiając zakres merytoryczny i poszerzając horyzonty swoich kolegów i koleżanek z uczelni.

Ocenianie wpływu umiędzynarodowienia na realizację programu studiów odbywa się przez systematyczne spotkania, zarówno formalne, jak i nieformalne, kadry naukowej oraz współpracujących z uczelnią partnerów z zagranicy. Takie spotkania są okazją do analizy doświadczeń związanych z uczestnictwem w mobilności, wymianie akademickiej oraz projektach badawczych, co pozwala na bieżąco wprowadzać zmiany w programie, aby jak najlepiej odpowiadał na potrzeby rynku i globalnych standardów.

Przykładami takich działań są również zaangażowanie kadry i studentów w międzynarodowe projekty, takie jak te realizowane w ramach YUFE (Young Universities for the Future of Europe) oraz międzynarodowe konferencje, w których członkowie kadry prowadzą prelekcje i warsztaty, dzieląc się swoim doświadczeniem z innymi badaczami z całego świata. Studenci, którzy uczestniczyli w wyjazdach zagranicznych, również chętnie dzielą się swoimi obserwacjami i doświadczeniami z zajęć oraz praktyk, co wzbogaca proces dydaktyczny i daje realny wpływ na rozwój kierunku.

Umiędzynarodowienie procesu kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna jest fundamentem jego rozwoju i wzmacnia jakość edukacji poprzez wprowadzanie globalnych perspektyw oraz trendów. Monitorowanie, ocena oraz doskonalenie warunków sprzyjających umiędzynarodowieniu są realizowane na poziomie całej uczelni, jak również w ramach działań kierunkowych, co ma bezpośredni wpływ na koncepcję programu studiów, realizację zajęć i przygotowanie studentów do pracy w międzynarodowym środowisku medialnym. Mobilność międzynarodowa, wymiana doświadczeń oraz współpraca z zagranicznymi uczelniami i instytucjami to elementy, które dynamicznie rozwijają kompetencje międzynarodowe studentów, a także umożliwiają implementowanie nowych metod nauczania i badań w ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Zalecenia dotyczące kryterium 7 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 7 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Stwarzanie większej motywacji dla studentów do uczestniczenia w zajęciach w j. angielskim prowadzonych przez zagranicznych gości	Uniwersytet Mikołaja Kopernika jest członkiem konsorcjum YUFE, co umożliwia studentom tworzenie indywidualnych ścieżek kształcenia w oparciu o ofertę kursów uczelni partnerskich.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 7:

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to aktywne uczestnictwo kadry w międzynarodowych projektach badawczych i mobilnościach. Wykładowcy dzielą się swoimi doświadczeniami z zagranicy, co wzbogaca treści zajęć o perspektywę porównawczą.

Dobra praktyka to, w naszej ocenie, członkostwo UMK w konsorcjum YUFE, które otwiera studentom drogę do tworzenia własnych ścieżek kształcenia w oparciu o kursy oferowane przez uczelnie partnerskie.

Kryterium 8. Wsparcie studentów w uczeniu się, rozwoju społecznym, naukowym lub zawodowym i wejściu na rynek pracy oraz rozwój i doskonalenie form wsparcia

8.1. Dostosowanie systemu wsparcia do potrzeb różnych grup studentów

Uniwersytet Mikołaja Kopernika stawia na otwartość i dostępność dla studentów z różnorodnymi potrzebami. W szczególności, duży nacisk kładzie się na wsparcie osób z niepełnosprawnościami. Na uczelni działa Zespół ds. Studentów Niepełnosprawnych, którego zadaniem jest udzielanie kompleksowego wsparcia, obejmującego pomoc asystencką, taką jak sporządzanie notatek, przygotowywanie materiałów dydaktycznych w alternatywnej formie, oraz wypożyczanie sprzętu wspomagającego. Zespół opiniuje także wnioski dotyczące dostosowania form kształcenia, organizuje szkolenia dla kadry dydaktycznej i administracji, a także zwiększa świadomość na temat osób z niepełnosprawnościami.

W ramach kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, uczelnia oferuje możliwość skorzystania z Indywidualnej Organizacji Studiów. Dodatkowo, odnotowano wzrost liczby studentów zgłaszających trudności związane z funkcjonowaniem psychicznym. W odpowiedzi na ten trend, kadra dydaktyczna wykazuje szczególną empatię i wyrozumiałość wobec studentów zmagających się z problemami zdrowia psychicznego oraz osób neuroatypowych. Uczelnia zapewnia także dostęp do bezpłatnych konsultacji psychologicznych oraz porad lekarza psychiatry. Wsparciem psychologicznym zajmuje się Uniwersytecki Ośrodek Wsparcia i Rozwoju Osobistego, który organizuje warsztaty psychoedukacyjne, takie jak zarządzanie stresem czy work-life balance.

Działania te są elementem szerokiego systemu wsparcia, który nie tylko uwzględnia indywidualne potrzeby studentów z niepełnosprawnościami, ale także reaguje na zmieniające się wyzwania związane z ich zdrowiem psychicznym i społecznym. Dzięki podejściu inkluzywnemu oraz dostosowaniu oferty do potrzeb różnych grup studentów, UMK stwarza środowisko sprzyjające ich rozwojowi zarówno na poziomie edukacyjnym, jak i społecznym. Działania na rzecz wsparcia różnych grup studentów, w tym studentów z niepełnosprawnościami, szczegółowo opisaliśmy w Kryterium 5.

Jeśli chodzi o działania uczelni w obszarze wsparcia psychologicznego w ramach Uniwersyteckiego Ośrodka Wsparcia i Rozwoju Osobistego⁹. Uniwersytet dostarcza także dostęp do profesjonalnych porad i szkoleń, co wpisuje się w założenia wspierania rozwoju studentów w obszarze ich samopoczucia oraz gotowości do podjęcia wyzwań na rynku pracy.

⁹ <https://wsparcie.umk.pl/pages/pomoc/>

8.2. Zakres i formy wspierania studentów w procesie uczenia się

Studenci kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mają szeroką możliwość kontaktu z wykładowcami poza tradycyjnymi zajęciami dydaktycznymi. Nauczyciele akademicki oraz doktoranci prowadzący zajęcia są dostępni dla studentów podczas cotygodniowych, dwugodzinnych dyżurów, których terminy są podane w systemie USOS. Ponadto, oprócz uczelnianej poczty elektronicznej, która stanowi główną formę komunikacji w zakresie wymiany materiałów dydaktycznych czy prac zaliczeniowych, MS Teams stał się popularnym narzędziem do bieżącego kontaktu. Dzięki temu, studenci mogą w prosty sposób konsultować swoje wątpliwości, czy też uzyskać dodatkowe materiały.

Studenci często podejmują spontaniczne rozmowy z wykładowcami, aby omówić interesujące ich zagadnienia naukowe, uzyskać wskazówki bibliograficzne lub pożyczyć książki. Ze względu na niewielką liczebność grupy studentów na II stopniu, relacje z kadrą dydaktyczną mają często charakter indywidualnego tutoringu, co pozwala na bardziej osobiste wsparcie i dokładniejsze dopasowanie metod pracy do potrzeb studentów.

Warto podkreślić, że kadra dydaktyczna aktywnie wspiera inicjatywy naukowe studentów, angażując ich w projekty badawcze realizowane przez pracowników uczelni. Przykłady tej współpracy zostały już szczegółowo omówione w raportach dotyczących Kryterium 1 i Kryterium 4, gdzie studenci mają okazję rozwijać swoje umiejętności badawcze oraz uczestniczyć w praktycznych projektach.

Dodatkowo, wsparcie studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna obejmuje także pomoc pełnomocniczki ds. kierunku. Jej zadaniem jest koordynowanie działań związanych z jakością kształcenia, wprowadzaniem działań naprawczych, monitorowaniem postępów i wdrażaniem rozwiązań mających na celu podniesienie jakości edukacji. Pełnomocniczka odpowiada również za składanie propozycji dotyczących planów i programów zajęć, opiniowanie indywidualnych podań studenckich, organizowanie spotkań adaptacyjnych oraz udzielanie pomocy w rozwiązywaniu bieżących problemów studentów.

Ponadto, w kontekście równości i przeciwdziałania dyskryminacji, studenci mogą liczyć na wsparcie pełnomocniczki ds. równego traktowania, dr hab. Aleksandry Derry, prof. UMK, która oferuje pomoc osobom dyskryminowanym oraz tym, którzy zauważyli nierówne traktowanie na uczelni. Pełnomocniczka angażuje się również w działania mające na celu wzmocnienie różnorodności i wspólnotowości w społeczności akademickiej. Wspólnie z rzecznikiem akademickim, dr. Bartłomiejem Chłudzińskim, zasiadają w zarządzie¹⁰ Akademickiej Sieci Bezpieczeństwa i Równości (ASBiR)¹¹, organizacji, która łączy osoby odpowiedzialne za ochronę praw i wartości akademickich oraz promowanie bezpieczeństwa, równości i różnorodności na polskich uczelniach.

8.3. Wsparcie mobilności, prowadzenia działalności naukowej, wchodzenia na rynek pracy oraz innych aktywności

Program studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika w Toruniu oferuje szeroką gamę form wsparcia, które wspierają rozwój studentów w różnych obszarach kariery zawodowej i badawczej. Współpraca z uczelniami zagranicznymi oraz krajowymi, aktywności związane z mobilnością międzynarodową, a także integracja z rynkiem pracy poprzez praktyki zawodowe i projekty badawcze stanowią integralną część procesu edukacyjnego.

¹⁰ <https://portal.umk.pl/pl/article/bezpieczenstwo-i-rownosc-w-akademickiej-sieci>

¹¹ <https://asbir.pl/>

Dzięki takim działaniom studenci mają możliwość poszerzania swoich kompetencji, nawiązywania cennych kontaktów zawodowych oraz zdobywania doświadczenia nie tylko teoretycznego, ale również praktycznego.

Formy wsparcia kariery badawczej i zawodowej studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna:

1. Program Erasmus+ i mobilność międzynarodowa: studenci mają szeroki dostęp do programu Erasmus+, który umożliwia uczestnictwo w zagranicznych praktykach zawodowych oraz studiach w uczelniach partnerskich. Program wspiera rozwój kompetencji międzynarodowych, pozwalając na zdobycie doświadczenia w różnych środowiskach kulturowych oraz nawiązanie cennych kontaktów zawodowych. Erasmus+ stanowi integralną część kształcenia, a uczestnictwo w tym programie znacząco podnosi atrakcyjność zawodową studentów na rynku pracy, szczególnie w kontekście współczesnych wymagań zawodowych w dziennikarstwie i komunikacji.

2. Program MOST - krajowa mobilność studencka: program MOST umożliwia studentom realizowanie części studiów w innych polskich uczelniach. Dzięki temu studenci mogą poszerzyć swoje horyzonty akademickie i uzyskać doświadczenie w nowych środowiskach edukacyjnych, co pozytywnie wpływa na rozwój ich kariery badawczej. Uczestnicy programu mają także możliwość wyboru przedmiotów w oparciu o programy oferowane przez uczelnie przyjmujące, co zapewnia pełną elastyczność w doborze kierunku i formy kształcenia.

3. Indywidualny Plan Studiów (IPS) oraz praktyki zawodowe: studenci mają możliwość dostosowania swojego programu kształcenia do indywidualnych zainteresowań zawodowych, korzystając z Indywidualnego Planu Studiów. Praktyki zawodowe są obowiązkowym elementem, który pozwala na wykorzystanie zdobytej wiedzy w praktyce. Praktyki odbywają się na drugim roku studiów i obejmują różnorodne instytucje, takie jak redakcje mediów, agencje PR, instytucje kultury i organizacje pozarządowe. Praktyki są dostosowane do pasji studentów i oferują doświadczenie w konkretnych branżach, np. w mediach, marketingu czy promocji. Założenia i cele praktyk zawodowych na kierunku szczegółowo opisane są w kryterium 2.

4. Wsparcie finansowe na udział w konferencjach naukowych: studenci kierunku dziennikarstwo mogą również liczyć na wsparcie finansowe związane z udziałem w konferencjach naukowych. Uczelnia wspiera ich w pokryciu kosztów uczestnictwa w takich wydarzeniach, co pozwala na prezentację wyników badań oraz nawiązanie kontaktów w środowisku akademickim i zawodowym. W 2022-2023 roku z tego wsparcia skorzystali studenci, którzy reprezentowali uczelnię na krajowych i międzynarodowych konferencjach.

5. Granty studenckie i program Grants4Students: program Grants4Students, realizowany w ramach Inicjatywy Doskonałości – Uczelnia Badawcza (IDUB), oferuje granty studenckie, które wspierają naukowe, artystyczne i konserwatorskie inicjatywy studentów. Program ten obejmuje badania wstępne, rozpoznawcze, wyjazdy na konferencje międzynarodowe, zakup materiałów badawczych i inne. Dzięki tej formie wsparcia studenci mogą realizować własne projekty badawcze i rozwinąć swoją karierę naukową.

6. Rada programowa i współpraca z interesariuszami zewnętrznymi: w ramach współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym, kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna aktywnie współpracuje z różnymi instytucjami, zarówno mediami, jak i sektorem prywatnym. Rada Programowa, w skład której wchodzi przedstawiciele instytucji takich jak TVP3, Polskie Radio, Dwór Artusa,

Lokomotywa Biznesu, a także absolwenci, pełni doradczą rolę, opiniując program studiów oraz proponując zmiany w odpowiedzi na zmieniające się potrzeby rynku pracy. Ta współpraca gwarantuje, że program kształcenia jest na bieżąco dostosowywany do realnych potrzeb zawodowych.

7. Twórczość artystyczna, współpraca z przedsiębiorcami i aktywności sportowe: kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna aktywnie wspiera rozwój kompetencji w zakresie twórczości artystycznej i organizacji wydarzeń, umożliwiając studentom udział w projektach medialnych, wystawach czy wydarzeniach kulturalnych. W ramach współpracy z przedsiębiorcami studenci mogą rozwijać umiejętności w zakresie przedsiębiorczości, marketingu, branding oraz organizacji wydarzeń. Część zajęć skupia się również na rozwijaniu kompetencji miękkich, takich jak umiejętności komunikacyjne, kreatywność, odporność na stres czy praca w zespole.

Celem wprowadzenia tych różnych form wsparcia jest stworzenie kompleksowego systemu, który nie tylko umożliwia studentom zdobycie solidnej wiedzy teoretycznej, ale także aktywnie wspiera ich rozwój zawodowy i badawczy. Dzięki programom mobilności, takim jak Erasmus+ i MOST, studenci mają możliwość zdobywania doświadczeń na poziomie międzynarodowym, poszerzając swoje kompetencje kulturowe i językowe. Indywidualne podejście do studentów, oferowanie praktyk zawodowych, grantów badawczych oraz wsparcia w zakresie publikacji i konferencji, daje im realne narzędzia do rozwoju kariery naukowej. Praktyki zawodowe oraz bliska współpraca z interesariuszami zewnętrznymi umożliwiają natomiast lepsze przygotowanie do wejścia na rynek pracy, dając studentom realną wiedzę i doświadczenie, które są cenione przez pracodawców. Wspierając studentów w ich ścieżce edukacyjnej, uczelnia kształci przyszłych liderów, specjalistów i badaczy gotowych sprostać wyzwaniom współczesnego świata mediów, komunikacji i kultury.

8.4. System motywowania i wspierania studentów

System wsparcia i motywowania studentów do osiągania lepszych wyników w nauce jest realizowany poprzez system stypendialny. Studenci z najlepszymi wynikami w nauce mogą aplikować o:

- stypendia naukowe
- stypendia ministra dla studentów
- stypendia rektora za wybitne osiągnięcia sportowe

Istnieją także inne konkursy i programy stypendialne, organizowane we współpracy z partnerami zewnętrznymi, takimi jak Fundacja Jerzego Juzonia czy Miejski System Stypendialny.

Regulaminy wnioskowania oraz przyznawania poszczególnych typów stypendiów znajdują się na stronie <https://www.umk.pl/studenci/stypendia-i-kredyty/>.

8.5. Sposoby informowania studentów o systemie wsparcia

Na stronie internetowej Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych studenci znajdą wszystkie niezbędne informacje dotyczące organizacji roku akademickiego, planów zajęć, dostępnych form pomocy materialnej i psychologicznej, a także programów umożliwiających wyjazdy do innych jednostek naukowych oraz odbywanie staży. Na stronie dostępne są również druki podań, które są wymagane przy składaniu wniosków, np. o przyznanie Indywidualnej Organizacji Studiów (IOS) czy urlopu dziekańskiego. Dodatkowe informacje na temat dokumentów oraz wszelką pomoc można uzyskać w dziekanacie WFiNS, u pracownika dziekanatu, mgr Joanny Salamończyk.

Na początku każdego roku akademickiego odbywają się spotkania studentów pierwszego roku studiów I i II stopnia z władzami WFiNS, Instytutu Badań Informacji i Komunikacji (IBIK) oraz pracownikami

administracyjnymi, podczas których studenci są informowani o kluczowych zapisach w Regulaminie Studiów UMK oraz o dostępnych formach wsparcia w zakresie rozwoju naukowego i pomocy materialnej. Studenci są również informowani o możliwości zgłaszania pytań dotyczących kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna do pełnomocniczki ds. kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, mgr Olgi Wadowskiej, która odpowiada za opiekę nad studentami. Tę informację podaje się już podczas pierwszego spotkania organizacyjnego i przypomina na kolejnych spotkaniach ze studentami.

W trakcie roku akademickiego studenci otrzymują także bieżące informacje o dostępnych formach pomocy materialnej (stypendia socjalne, naukowe) od mgr Joanny Salamończyk z dziekanatu WFiNS.

8.6. Rozstrzyganie skarg i rozpatrywanie wniosków składanych przez studentów

Studenci kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna mogą zgłaszać wszelkie uwagi, skargi oraz trudności związane z przebiegiem studiów, takimi jak problemy materialne, zdrowotne czy psychiczne, do prodziekana ds. studenckich WFiNS, który jest dostępny dla studentów podczas dwóch cotygodniowych dyżurów stacjonarnych. Dodatkowo, opiekę nad kwestiami studenckimi na kierunku sprawuje mgr Olga Wadowska, pełnomocniczka kierunku, która regularnie spotyka się ze studentami podczas dyżurów oraz, jeżeli jest taka potrzeba, dodatkowych spotkań śródrocznych. Studenci mogą również składać skargi i wnioski poprzez ankiety w systemie USOS, które są częścią badania satysfakcji studentów, a także za pomocą opcji ukrytych komentarzy w tych ankietach.

Na poziomie centralnym studenci mają dostęp do wsparcia instytucji powołanych przez rektora, które oferują pomoc w różnych kwestiach. Są to: pełnomocniczka ds. równego traktowania (pomoc w przypadkach dyskryminacji), rzecznik akademicki (wsparcie w rozwiązywaniu sporów poprzez mediację), pełnomocnik ds. bezpieczeństwa (wsparcie w przypadkach zagrożenia bezpieczeństwa), Uniwersytecka Poradnia Prawna (bezwzględna pomoc prawna świadczona przez studentów prawa), Zespół ds. Studentów Niepełnosprawnych, Uniwersytecki Ośrodek Wsparcia i Rozwoju Osobistego (pomoc psychologiczną i psychiatryczną), oraz Samorząd Studencki, który pełni rolę reprezentacyjną.

Celem tych działań jest zapewnienie studentom dostępu do efektywnych form wsparcia, umożliwiających rozwiązywanie trudności oraz skuteczne zgłaszanie uwag i skarg. Dzięki tym mechanizmom, uczelnia dąży do stworzenia przestrzeni sprzyjającej rozwojowi akademickiemu oraz osobistemu studentów, co wpływa na poprawę jakości kształcenia i atmosfery na uczelni.

8.7. System obsługi administracyjnej studentów

Jak już wspomniano, obsługę administracyjną studentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna zapewnia dziekanat Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych (WFiNS). Szczegółowe informacje dotyczące studiów, programów, praktyk czy form pomocy dostępne są na stronie internetowej WFiNS. Zajmująca się obsługą studiów z ramienia dziekanatu jest pani lic. Julita Kujawska. W kwestiach związanych z procesem dydaktycznym studenci mogą uzyskać pomoc od prodziekanów ds. studenckich, dr hab. Małgorzaty Kowalskiej-Chrzanowskiej, prof. UMK, oraz dr Anny Koli, prodziekana ds. organizacji kształcenia. Dodatkowo, pełnomocniczka ds. kierunku, mgr Olga Wadowska, odpowiada za wsparcie studentów w zakresie organizacji praktyk, działalności w kołach naukowych oraz indywidualnych potrzeb edukacyjnych.

8.8. Wsparcie i edukacja studentów w zakresie przeciwdziałaniu dyskryminacji i przemocy

Za działania związane z edukacją i informowaniem studentów o bezpieczeństwie, a także przeciwdziałaniem dyskryminacji i przemocy odpowiadają Pełnomocniczka ds. równego traktowania, prof. Aleksandra Derra, oraz Pełnomocnik ds. bezpieczeństwa studentów, mgr Robert Murawski. Ich zadania określa Zarządzenie Nr 234 Rektora UMK z dnia 26 października 2020 roku. W lutym 2022 r. przyjęto „Plan na rzecz równości płci” na lata 2022-2026¹², który zakłada realizację działań edukacyjnych promujących równość, skierowanych do pracowników i studentów. Ponadto, na uczelni funkcjonuje Zespół ds. Studentów Niepełnosprawnych, który pomaga studentom z ograniczeniami.

W ramach przeciwdziałania dyskryminacji i przemocy, Uniwersytet wprowadził nowy element w systemie oceniania pracowników, tzw. ukryte komentarze. Dzięki temu studenci mogą anonimowo zgłaszać swoje problemy, a odpowiednie organy uczelni, dzięki opcji monitorowania zgłoszeń na bieżąco, mogą natychmiast reagować, nie czekając na koniec okresu oceniania.

Warto również wspomnieć, iż projekt badawczy: „Doświadczenia emocjonalne, kondycja psychiczna młodzieży w społeczeństwie niepewności”¹³, kierowany przez dr hab. Arkadiusza Karwackiego, prof. UMK z Instytutu Socjologii WFiNS realizowany jest w trosce o edukację młodzieży m.in. w obszarze przemocy psychicznej.

8.9. Wsparcie w zakresie współpracy z samorządem studentów i organizacjami studenckimi

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna monitorowanie i doskonalenie systemu wsparcia oraz motywowanie studentów odbywa się w sposób ciągły i wielopoziomowy. Istotną rolę pełni działająca przy WFiNS Wydziałowa Komisja ds. Jakości Kształcenia, w której skład wchodzi również przedstawiciele studentów. Komisja prowadzi regularne badania satysfakcji, analizuje opinie studentów na temat procesu dydaktycznego i jakości obsługi administracyjnej, a następnie formułuje rekomendacje dotyczące wprowadzania usprawnień.

Równolegle działa Rada Programowa ds. kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, której zadaniem jest monitorowanie programu studiów i doskonalenie systemu wsparcia studentów. W jej skład wchodzi przedstawiciele instytucji kultury, mediów, biznesu oraz absolwenci, co pozwala na włączanie do oceny i projektowania programu perspektywy zewnętrznych interesariuszy. Rada regularnie opiniuje program studiów i wskazuje kierunki jego rozwoju, tak aby był spójny zarówno z potrzebami rynku pracy, jak i oczekiwaniami społecznymi.

Tym samym w proces oceny i doskonalenia kształcenia zaangażowane są różne grupy – od studentów, przez kadrę akademicką i wspierającą, po przedstawicieli otoczenia społeczno-gospodarczego. Pozwala to nie tylko na bieżące reagowanie na zgłaszane potrzeby, ale także na systemowe podnoszenie jakości wsparcia dydaktycznego, organizacyjnego i motywacyjnego oferowanego studentom.

8.10. Monitorowanie i doskonalenie systemów wsparcia studentów

Monitoring i doskonalenie systemu wsparcia i motywowania studentów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna odbywa się dzięki Wydziałowej Komisji ds. Jakości Kształcenia przy WFiNS, której skład obejmuje także przedstawicieli studentów. Komisja ta regularnie prowadzi badania satysfakcji studentów, a ocena systemu wsparcia opiera się na wynikach anonimowych ankiet, które

¹² <https://www.umk.pl/uczelnia/dokumenty/plan-rownosci/plan-rownosci.pdf>

¹³ <https://portal.umk.pl/pl/article/wspieraj-badania-dolacz-do-zespołu>

są zbierane na kierunku dziennikarstwo oraz podczas spotkań Koła Naukowego Socjologów z studentami, organizowanych cyklicznie w ciągu roku akademickiego.

Jedną z efektów tego monitoringu - oraz odpowiedzią na dynamiczne zmiany w krajobrazie medialnym, komunikacyjnym i społecznym, w roku akademickim 2024/25 rozpoczęliśmy prace nad modyfikacją programu i planu studiów. Głównym celem tych zmian jest dostosowanie oferty edukacyjnej do rosnących wymagań rynku pracy oraz wyzwań, jakie niosą za sobą rozwój technologii, zmieniająca się rola mediów w polityce oraz nowe formy komunikacji, takie jak media społecznościowe i sztuczna inteligencja. Program został wzbogacony o zajęcia, które odpowiadają na te wyzwania, w tym takie, które koncentrują się na dezinformacji, przeciwdziałaniu jej, oraz na rozumieniu i wykorzystywaniu sztucznej inteligencji. Ponadto, nowe przedmioty związane z perswazją i manipulacją w przestrzeni reklamowej mają przygotować studentów do pracy w marketingu i reklamie, gdzie umiejętność wykorzystywania takich technik jest niezbędna.

Zajęcia te mają na celu rozwój kompetencji nie tylko w zakresie klasycznych umiejętności dziennikarskich, ale również w obszarze nowych mediów, technologii oraz komunikacji marketingowej. Dzięki temu studenci zdobędą wiedzę potrzebną do skutecznego poruszania się w świecie współczesnych mediów, w którym niezbędne jest zrozumienie zarówno mechanizmów dezinformacji, jak i wykorzystania nowych technologii do tworzenia treści. Wprowadzono również kursy związane z polityką, które mają pomóc studentom zrozumieć związki mediów z polityką, mechanizmy marketingu politycznego oraz organizowanie kampanii wyborczych.

Dokładne zmiany, wraz ze wskazaniem modyfikacji w specjalizacjach, sylabusach istniejących zajęć, nowych zajęć oraz motywacji ich wprowadzenia opisane zostały szeroko w Kryterium 1 i Kryterium 2.

Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione w uchwale Prezydium PKA w sprawie oceny programowej na kierunku studiów, która poprzedziła bieżącą ocenę (jeżeli dotyczy)

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 8 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	Zaleca się podjęcie działań mających na celu wsparcie studentów w znalezieniu praktyk	Studenci i studentki otrzymują spersonalizowane wsparcie zarówno od opiekunki praktyk, jak i pełnomocniczki kierunku, które doradzą w wyborze miejsca, uwzględniając ich indywidualne zainteresowania i plany zawodowe. Uczelnia rozwija sieć współpracy z różnorodnymi instytucjami – mediami (np. TVP3 Bydgoszcz, Polskie Radio Pomorza i Kujaw), instytucjami kultury (np. Dwór Artusa) oraz organizacjami biznesowymi (np. Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu) – co poszerza ofertę miejsc praktyk. Dzięki temu studenci mają dostęp do zróżnicowanych i wartościowych doświadczeń zawodowych, w tym możliwości odbywania praktyk w miejscu zamieszkania.
2.	Zaleca się aby Biuro Karier podjęło działania adresowane bezpośrednio do studentów	Biuro Karier UMK prowadzi działania informacyjne i doradcze skierowane bezpośrednio do studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, m.in. poprzez spotkania ze studentami,

	kierunku	warsztaty w zakresie planowania kariery, przygotowania CV i autoprezentacji oraz poprzez newslettery i ogłoszenia w USOS. Współpraca z opiekunką praktyk i pełnomocniczką kierunku zapewnia, że informacje o ofertach pracy i praktyk są dostosowane do profilu kierunku
3	Zaleca się dokonanie zmian w harmonogramie studiów w taki sposób, aby umożliwić studentom swobodne przemieszczanie się pomiędzy obiektami oraz dokonanie komasacji zajęć w taki sposób aby zminimalizować ilość tzw. okienek.	Harmonogram studiów został dostosowany tak, aby ograniczać liczbę „okienek”. Zajęcia są grupowane w bloki tematyczne i planowane w taki sposób, aby w miarę możliwości odbywały się w jednym budynku (Collegium Minus). W przypadkach konieczności korzystania z innej infrastruktury studenci mają zapewniony odpowiedni margines czasowy na przemieszczanie się między obiektami
4	Zaleca się opracowanie sposobu bardziej kompleksowych ocen oraz zbierania opinii studentów nt. systemu wsparcia oraz motywowania studentów	Ocena systemu wsparcia odbywa się obecnie w sposób kompleksowy – poprzez ankiety ewaluacyjne, badania satysfakcji, spotkania ze studentami oraz analizę opinii zgłaszanych przez Koło Naukowe i przedstawicieli samorządu studenckiego. W proces włączona jest Rada Programowa ds. kierunku, w której zasiadają również interesariusze zewnętrzni. Pozwala to na systematyczne zbieranie opinii i dostosowywanie systemu wsparcia do potrzeb studentów
5	Zaleca się podjęcie działań informujących oraz zapewniających studentów o anonimowości i skuteczności przeprowadzonego badania ankietowego oraz opracowanie formy badania, które da satysfakcjonującą zwrotność ankiet.	Anonimowość badań ankietowych została w pełni zagwarantowana – ankiety dostępne są w USOS (również mobilnie), a dostęp do wyników mają jedynie Dziekan i Wydziałowy Koordynator ds. jakości kształcenia. Prowadzone są działania informacyjne (np. film skierowany do studentów) podkreślające anonimowość badań. Dodatkowo uczelnia stale poszukuje form zwiększenia zwrotności ankiet, m.in. poprzez ich promocję w mediach społecznościowych, spotkania ze studentami oraz włączanie ankiet do cyklicznych działań samorządu studenckiego

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 8:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to opieka nad studentami sprawowana przez pełnomocniczkę dziekana ds. kierunku. Koordynuje ona działania związane z jakością kształcenia, pomaga w rozwiązywaniu bieżących problemów i jest stałym punktem kontaktu dla studentów. Dodatkowo studenci i studentki mogą skorzystać z pomocy Pełnomocników i Pełnomocniczek Rektora (m.in. ds. równego traktowania czy bezpieczeństwa)¹⁴.

¹⁴ <https://www.umk.pl/uczelnia/wladze/pełnomocnicy/>

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to wszechstronny system wsparcia dla studentów zróżnicowany pod względem potrzeb. Uczelnia zapewnia pomoc psychologiczną.

Kryterium 9. Publiczny dostęp do informacji o programie studiów, warunkach jego realizacji i osiągniętych rezultatach

Na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna szczególną wagę przykładamy do tego, aby informacje udostępniane publicznie były aktualne, rzetelne i dostosowane do potrzeb różnych grup odbiorców. Kandydaci na studia mają zapewniony dostęp do przejrzystych zasad rekrutacji, opisów programu, dostępnych specjalności oraz możliwości praktyk zawodowych – informacje te publikowane są na stronie wydziału, w systemie rekrutacyjnym UMK oraz w materiałach promocyjnych przygotowanych z myślą o przyszłych studentach. Obecni studenci korzystają z systemu USOS, strony internetowej wydziału oraz dziekanatu, gdzie dostępne są harmonogramy zajęć, plany studiów, regulaminy, informacje o tutoringu czy zajęciach prowadzonych w językach obcych.

Do kluczowych elementów systemu informacyjnego Uniwersytetu Mikołaja Kopernika należy kilka platform i narzędzi wspierających zarówno studentów, jak i kandydatów. Strona internetowa UMK jest głównym źródłem informacji o uczelni, obejmując szczegóły oferty edukacyjnej, rekrutacji i życia studenckiego. Internetowa Rekrutacja Kandydatów (IRK) pozwala na zapoznanie się z pełną ofertą edukacyjną oraz zasadami rekrutacji w Toruniu i Bydgoszczy. Uniwersytecki System Obsługi Studiów (USOS) pełni funkcję wirtualnego dziekanatu, dając dostęp do rejestracji na zajęcia, ocen, ofert dydaktycznych, sylabusów, harmonogramów czy stypendiów, a także umożliwia ocenianie zajęć w formie ankiet. Ważnym elementem jest również Biblioteka Uniwersytecka, oferująca studentom dziennikarstwa i komunikacji społecznej dostęp do baz danych (np. JSTOR, SpringerLINK, Wiley) oraz szerokich zbiorów elektronicznych i drukowanych. Proces dyplomowania wspiera natomiast Archiwum Prac Dyplomowych (APD), które umożliwia gromadzenie, weryfikację antyplagiatową i recenzowanie prac.

Dla studentów kierunku dostępne są także dedykowane kanały komunikacji – strona Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych oraz Instytutu Badań Informacji i Komunikacji, a także profil Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa na Facebooku, który wspiera szybki przepływ informacji, kontakt z kandydatami, studentami i absolwentami, a także bieżące informowanie o wydarzeniach. Z kolei absolwenci i pracodawcy mogą zapoznać się z sylwetką absolwenta oraz kompetencjami, jakie zdobywają studenci – informacje te wykorzystywane są również przez Radę Programową, która z udziałem przedstawicieli mediów, instytucji kultury i biznesu opiniuje i koryguje program studiów w odpowiedzi na oczekiwania rynku pracy. Dodatkowo, interesariusze międzynarodowi (studenci zagraniczni, partnerzy YUFE i Erasmus+) korzystają z oferty kursów w języku angielskim i informacji udostępnianych w języku angielskim w kanałach UMK, co wzmacnia umiędzynarodowienie procesu kształcenia.

Aktualność i zgodność informacji z potrzebami różnych odbiorców jest systematycznie monitorowana – poprzez badania satysfakcji studentów prowadzone przez Wydziałową Komisję ds. Jakości Kształcenia, działania Rady Programowej oraz cykliczne przeglądy i aktualizacje treści publikowanych w kanałach online. Dzięki temu informacje o programie studiów, jego realizacji i osiągniętych wynikach są stale dostosowywane do oczekiwań przyszłych i obecnych studentów oraz potrzeb szerokiego grona interesariuszy.

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 9 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	nd.	nd.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 9:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to wielokanałowa komunikacja z kandydatami, studentami i absolwentami. Informacje są dostępne na stronie Wydziału, w systemie USOS oraz w mediach społecznościowych, co zapewnia szybki i łatwy dostęp.

Praktyki unikatowe to, w naszej ocenie, uwzględnianie opinii interesariuszy zewnętrznych, w tym pracodawców, w procesie doskonalenia programu studiów. Informacje zwrotne od Rady Programowej pomagają dostosować ofertę edukacyjną do oczekiwań rynku.

Kryterium 10. Polityka jakości, projektowanie, zatwierdzanie, monitorowanie, przegląd i doskonalenie programu studiów

10.1. Nadzór merytoryczny nad kierunkiem studiów, ewaluacja i doskonalenie jakości kształcenia

Nadzór nad kierunkiem studiów jest realizowany na kilku poziomach, w zależności od rodzaju nadzoru, w którym biorą udział różne organy i jednostki uniwersyteckie. Na poziomie uczelnianym, Uniwersytet Mikołaja Kopernika działa w oparciu o wewnętrzny system zapewniania jakości kształcenia, który jest częścią Systemu Doskonałości Akademickiej (SDA). Jego celem jest promowanie kultury jakości, efektywności pracy oraz zadowolenia zarówno pracowników, jak i doktorantów. System ten jest realizowany przez rektora, prorektora ds. kształcenia, Uczelnianą Radę ds. Jakości Kształcenia, Zespół Monitorujący, dziekanów, wydziałowych koordynatorów ds. jakości kształcenia oraz pracowników administracyjnych. Uczelniana Rada ds. Jakości Kształcenia koncentruje się na promowaniu idei ciągłego doskonalenia jakości kształcenia, monitorowaniu procedur oraz opiniowaniu wniosków dotyczących nowych kierunków studiów i form kształcenia. Również system oceniania zajęć dydaktycznych jest częścią tego procesu, w tym m.in. wprowadzenie ukrytych komentarzy w ankietach, które umożliwiają studentom anonimowe zgłaszanie uwag dotyczących kursów, niewidocznych dla prowadzących.

W ramach SDA działają również wydziałowe komisje ds. jakości kształcenia, w tym komisja na Wydziale Filozofii i Nauk Społecznych (WFiNS). Komisja ta, powołana przez Radę Dziekańską WFiNS, koordynuje hospitacje zajęć dydaktycznych, zgłasza problemy związane z jakością kształcenia do dziekana, inicjuje działania poprawiające organizację procesu kształcenia, opiniuje programy kształcenia oraz pracę opiekunów praktyk studenckich. Ponadto, komisja monitoruje i ocenia programy studiów, analizuje wyniki ankiet studenckich oraz bada losy absolwentów. Raporty dotyczące wyników tych badań, w tym badania satysfakcji studentów i pracowników, są corocznie przedstawiane przez komisję. W kontekście analizy losów absolwentów, badania zatrudnienia absolwentów kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna stanowią istotną diagnozę procesu kształcenia oraz wskazują mocne i słabe strony programu, a także oferują rekomendacje poprawy. Ponadto trzeba podkreślić rolę pełnioną

przez przedstawiciela IBIK w Wydziałowej Komisji ds. Jakości Kształcenia - dra Pawła Marca, biorącego udział w kontroli kształcenia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.

Na poziomie merytorycznym i organizacyjnym nadzór sprawuje dyrekcja Instytutu Badań Informacji i Komunikacji (IBIK), która w porozumieniu z innymi organami wydziałowymi, takimi jak Rada Dyscypliny, Wydziałowa Komisja ds. Jakości Kształcenia, Rada Dziekańska i Samorząd Studencki, koordynuje studia na kierunku socjologia. Nadzór administracyjny dotyczy realizacji przepisów i rozporządzeń ustalanych przez odpowiednie organy administracji uczelnianej, z zachowaniem hierarchii organów oraz obowiązujących regulacji. W tym procesie biorą udział także władze Instytutu Badań Informacji i Komunikacji, odpowiedzialne za kierunek studiów.

10.2. Zasady projektowania, dokonywania zmian i zatwierdzania programu studiów

Jakość kształcenia na kierunku jest regularnie oceniana przez zewnętrzne instytucje, a wyniki tych ocen są publicznie dostępne i stanowią podstawę do dalszego doskonalenia programu. Zmiany w programie studiów są wprowadzane zgodnie z przepisami i z odpowiednim wyprzedzeniem, aby nie wpływały na studentów już będących w trakcie nauki, zapewniając jednocześnie czas na rzetelne przygotowanie się do nowego programu. Każda zmiana wymaga akceptacji odpowiednich organów uczelnianych, takich jak Rada Dyscypliny, Wydziałowa Komisja ds. Jakości Kształcenia, Rada Dziekańska, Senat UMK, a także organizacji studenckich, w tym Samorządu Studenckiego. Inicjatywa wprowadzania zmian należy do Instytutu Badań Informacji i Komunikacji, który uwzględnia długofalowe plany rozwoju zgodne ze strategią uczelni oraz opinie i sugestie studentów i interesariuszy. Zmiany są projektowane z uwzględnieniem dostępnych zasobów uczelni, wydziału i Instytutu. Ostatecznie wprowadzane są te zmiany, które można realnie wdrożyć, zapewniając zgodność z celami dydaktycznymi i profilem absolwenta.

10.3. Monitorowanie i okresowy przegląd programu studiów

Realizacja programu studiów oraz poziom satysfakcji wszystkich uczestników procesu dydaktycznego są na bieżąco monitorowane poprzez stały kontakt ze studentami. Informacje zbierane w trakcie roku akademickiego są analizowane i oceniane w kontekście długofalowego planu rozwoju, zgodnego ze strategią UMK oraz celami dydaktycznymi i efektami uczenia się. Na tej podstawie rozważane są ewentualne zmiany programowe. W przypadku ich konieczności, realizowana jest procedura opisana wcześniej. Zdarza się jednak, że zmiany uznane za niezbędne mogą zostać opóźnione lub niemożliwe do zrealizowania, np. z powodu ograniczeń kadrowych czy innych czynników zewnętrznych.

W roku akademickim 2024/25 zainicjowaliśmy zmiany w programie i planie studiów, które stanowią odpowiedź na zmiany w krajobrazie medialnym, technologicznym i komunikacyjnym, a także na podstawie przeprowadzonych działań. Zmiany te zostały opracowane na podstawie: 1) badania potrzeb studentów I i II stopnia poprzez konsultacje, 2) konsultacji proponowanych zmian z przedstawicielami pracowników Katedry w formie partycypacyjnego spotkania. Zmiany te oraz ich umotywowanie zostały opisane dokładnie w kryterium Kryterium 1.

10.4. Sposoby oceny osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów

W trakcie studiów staramy się nie tylko monitorować program i efekty kształcenia pod kątem ewentualnej potrzeby wprowadzenia korekt w postaci zmian programu, ale także pod względem realizacji wyznaczonych celów edukacyjnych. Aby przeprowadzić taką diagnozę, niezbędny jest stabilny program nauczania, co stanowi argument za tym, aby unikać częstych zmian programowych, jeśli nie

zachodzi wyraźna potrzeba ich wprowadzenia - dlatego też ostatnie zmiany w programie i planie studiów miały miejsce w 2020 roku, a część z nich była efektem wprowadzania zaleceń z kontroli przeprowadzonej przez PKA w 2019. Nie oznacza to rzecz jasna, iż nie weryfikujemy i nie walidujemy sylabusów konkretnych przedmiotów, wzbogacając je o elementy związane z bieżącymi zmianami na rynku pracy czy w ogólnie pojmowanym krajobrazie medialno-społecznym (np. zagadnienia związane z mediatyzacją i rolą nowoczesnych technologii, znaczeniem sztucznej inteligencji i korzystania z niej, dezinformacją i fake newsami czy algorytmizacją). Kolejnym działaniem, które podejmujemy w zakresie oceny osiągnięcia efektów uczenia się przez studentów, jest dobór kadry odpowiedzialnej za prowadzenie zajęć praktycznych - jak już wspomniano, w ostatnich 5 latach zatrudniliśmy:

- mgr Katarzynę Prętkowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa prasowego, radiowego i telewizyjnego oraz dziennikarkę TVP Bydgoszcz na etacie dydaktycznym
- mgr Olę Wadowską, specjalistkę z zakresu mediów, komunikacji marketingowej, brandingu i copywritingu, prowadzącą firmę oferującą ww. usługi, na etacie badawczo-dydaktycznym
- dr Zuzannę Wesołowską, specjalistkę z zakresu dziennikarstwa internetowego i zarządzania mediami elektronicznymi, dyrektor wydawniczą portalu Donald.pl, na etacie dydaktycznym

Dodatkowo jako pracownicy zewnętrzni zajęcia prowadzą u nas również:

- mgr Małgorzata Faber, fotografka z wieloletnim doświadczeniem i zapleczem dydaktycznym (zajęcia fotografia portretowa i korporacyjna)
- mgr Adrianna Szczepiełowska, reżyserka filmowa i realizatorka materiałów telewizyjnych w internecie (zajęcia TV online)
- mgr Marta Wyborska, specjalistka z zakresu prowadzenia kreatywnych projektów i pracy zespołowej w marketingu i brandingu (zajęcia Startup kreatywny, współprowadzone wraz z dr Łukaszem Wojtkowskim)

10.5. Wpływ interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych w realizację programu studiów

Jak już wskazywaliśmy, kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna na Uniwersytecie Mikołaja Kopernika kładzie duży nacisk na współpracę z szerokim gronem interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, co stanowi jeden z filarów koncepcji kształcenia i realizacji programu studiów. Współpraca ta obejmuje zarówno praktyków branżowych, jak i studentów, którzy poprzez swoje zaangażowanie w proces dydaktyczny, mają wpływ na jakość kształcenia i efektywność realizacji programu.

Jako kierunek współpracujemy z szeregiem partnerów zewnętrznych, w tym jednostkami samorządu terytorialnego, mediami publicznymi i prywatnymi, organizacjami biznesowymi oraz absolwentami kierunku. Wśród tych partnerów znajdują się m.in. Telewizja Polska Oddział w Bydgoszczy, Polskie Radio Pomorza i Kujaw, Centrum Kultury Dwór Artusa, Międzynarodowy Festiwal Filmowy Tofifest, Książnica Kopernikańska oraz Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu, zrzeszające przedsiębiorców z różnych branż. W ramach tej współpracy, praktycy branżowi są regularnie włączani w proces dydaktyczny, prowadząc warsztaty, wykłady gościnne i angażując studentów w realne projekty medialne, kulturalne i biznesowe. Dzięki temu studenci mają możliwość zdobywania praktycznych umiejętności, które są bezpośrednio powiązane z wymaganiami rynku pracy.

Ważnym elementem współpracy jest także Rada Programowa, która składa się z przedstawicieli mediów, kultury, biznesu oraz absolwentów. Rada ta pełni funkcję doradczą, opiniując program studiów i sugerując zmiany, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby rynku. Dzięki tej

współpracy, program studiów jest na bieżąco dostosowywany do wymagań branży, a treści programowe oraz metody dydaktyczne są inspirowane doświadczeniami partnerów.

Interesariusze wewnętrzni, zwłaszcza studenci, również mają istotny wpływ na jakość kształcenia. Udział studentów w ankietach ewaluacyjnych oraz bieżące konsultacje z przedstawicielami uczelni, w tym Wydziałową Komisją ds. Jakości Kształcenia, pozwalają na regularne zbieranie opinii i sugestii dotyczących programu i procesu dydaktycznego. Informacje te są wykorzystywane do wprowadzania zmian, które mają na celu dalsze doskonalenie procesu kształcenia.

Współpraca z interesariuszami zewnętrznymi i wewnętrznymi przyczynia się do ciągłego doskonalenia programu studiów, zapewniając studentom dostęp do aktualnych treści, narzędzi edukacyjnych oraz realnych doświadczeń zawodowych. W rezultacie, kierunek dziennikarstwo i komunikacja społeczna skutecznie przygotowuje studentów do wyzwań zawodowych, odpowiadając na potrzeby rynku i zmieniające się wymagania w obszarze mediów, komunikacji i marketingu.

Szczegółowe informacje dotyczące współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym znajdują się w Kryterium 6, a wpływ studentów na jakość kształcenia oraz systemy wsparcia w Kryterium 8.

10.6. Wykorzystywanie wyników zewnętrznych ocen jakości kształcenia

W ramach kontroli i koordynowania studiów na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna przeprowadzane są systematyczne oceny, które stanowią istotny element diagnozowania stanu realizacji programu oraz efektów kształcenia. Uzyskane wyniki służą jako podstawa do formułowania zmian programowych, uwzględniając przy tym udział interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych, jak opisano w fragmentach raportu dotyczących Kryterium 1 oraz Kryterium 6. Wyniki tych ocen są regularnie analizowane i wykorzystywane do doskonalenia procesu dydaktycznego, w tym wprowadzania korekt w programie studiów, które odpowiadają na zmieniające się potrzeby rynku pracy oraz oczekiwania studentów. Zewnętrzne oceny jakości kształcenia są istotnym narzędziem wspierającym ciągłe podnoszenie standardów kształcenia na kierunku, umożliwiając wprowadzanie zmian, które są zgodne z długofalową strategią rozwoju uczelni.

Lp.	Zalecenia dotyczące kryterium 10 wymienione we wskazanej wyżej uchwale Prezydium PKA	Opis realizacji zalecenia oraz działań zapobiegawczych podjętych przez uczelnię w celu usunięcia błędów i niezgodności sformułowanych w zaleceniu o charakterze naprawczym
1.	nd.	nd.

Dodatkowe informacje, które uczelnia uznaje za ważne dla oceny kryterium 10:

Dobra praktyka stosowana na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna to systematyczny przegląd i ewaluacja programu studiów. Ostatnie zmiany, zainicjowane w roku akademickim 2024/25, są odpowiedzią na ewoluujący krajobraz medialny, co świadczy o elastyczności programu.

Działania, które uznajemy za godne naśladowania, to włączanie interesariuszy wewnętrznych i zewnętrznych w proces doskonalenia jakości kształcenia. Studenci i przedstawiciele branży mają realny wpływ na kształt programu studiów, np. poprzez udział w Wydziałowej Komisji ds. Jakości Kształcenia oraz w Radzie Programowej.

Praktyki unikatowe to, w naszej ocenie, zatrudnianie praktyków na stanowiskach dydaktycznych, co wprost przekłada się na jakość zajęć i ich powiązanie z realiami rynku. Takie podejście stanowi skuteczną metodę na bieżące walidowanie sylabusów i treści programowych

Część II. Perspektywy rozwoju kierunku studiów

Analiza SWOT programu studiów na ocenianym kierunku i jego realizacji, z uwzględnieniem szczegółowych kryteriów oceny programowej

	POZYTYWNE	NEGATYWNE
Czynniki wewnętrzne	Mocne strony 1. Silne powiązanie badań z dydaktyką: Program nauczania jest ściśle powiązany z działalnością naukową kadry, co zapewnia studentom dostęp do aktualnej, interdyscyplinarnej wiedzy. Wykładowcy aktywnie włączają wyniki swoich badań nad dezinformacją, mową nienawiści, mediatyzacją polityki i transformacją zawodów dziennikarskich do prowadzonych zajęć. 2. Doświadczona i zróżnicowana kadra: Zajęcia prowadzą badacze z Katedry Komunikacji, Mediów i Dziennikarstwa, a także specjaliści z innych jednostek UMK i zewnętrzni praktycy, co zapewnia równowagę między wiedzą teoretyczną a umiejętnościami praktycznymi. Dzięki temu studenci rozwijają kompetencje niezbędne na rynku pracy. 3. Bliska współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym: Program aktywnie współpracuje z lokalnymi i ogólnopolskimi partnerami, w tym mediami (TVP Bydgoszcz, Polskie Radio PiK), instytucjami kultury (Centrum Kultury Dwór Artusa) oraz organizacjami biznesowymi (Stowarzyszenie Lokomotywa Biznesu). Współpraca ta ma wpływ na treści programowe i zapewnia studentom zróżnicowane miejsca na praktyki zawodowe.	Słabe strony 1. Wyzwania infrastrukturalne: siedziba Instytutu, Collegium Minus, jest zabytkowym budynkiem objętym ochroną konserwatorską, co stawia specyficzne wyzwania w zakresie modernizacji i pełnego dostosowania przestrzeni do potrzeb osób o ograniczonej mobilności. Władze Wydziału Filozofii i Nauk Społecznych od kilku lat starają się uzyskać zgodę na montaż windy i budowę podjazdów. 2. Wzmocnienie działań Biura Karier: Z przeprowadzonych badań losów absolwentów wynika, że Biuro Karier UMK może zyskać na wartości poprzez zintensyfikowanie działań skierowanych bezpośrednio do studentów i absolwentów kierunku, co mogłoby przełożyć się na jeszcze lepsze wsparcie w wejściu na rynek pracy. 3. Zachęcenie do udzielania opinii na temat zajęć i prowadzących przez studentów i studentki: warto zadbać o bardziej efektywne metody zbierania opinii studenckich, co umożliwiłoby uzyskanie wyższej zwrotności w badaniach ankietowych.

Czynniki zewnętrzne	Szanse 1. Wzrost świadomości na temat dezinformacji: rosnące zagrożenie związane z dezinformacją i fałszywymi informacjami stwarza potrzebę kształcenia specjalistów w zakresie fact-checkingu i krytycznej analizy mediów. Program może odpowiedzieć na tę potrzebę, oferując specjalistyczne kursy. 2. Rozwój branży kreatywnej i marketingowej i kompetencji miękkich w ich ramach: dynamiczny rozwój marketingu internetowego, branding i komunikacji w mediach społecznościowych stwarza nowe możliwości zatrudnienia dla absolwentów. Bliska współpraca z przedsiębiorcami może ułatwić studentom wejście na ten rynek. Dodatkowo rynek pracy coraz bardziej ceni kompetencje miękkie, takie jak komunikatywność, kreatywność i praca zespołowa, rozwijane w ramach programu studiów. 3. Udział w konsorcjum YUFE: Przynależność do konsorcjum YUFE (Young Universities for the Future of Europe) daje studentom unikalną szansę na uczestnictwo w międzynarodowych programach i kursach, co wzmacnia ich kompetencje językowe i międzykulturowe.	Zagrożenia 1. Szybkie zmiany na rynku pracy: Dynamiczne tempo zmian w branży medialnej i komunikacyjnej, w tym rozwój nowych technologii i form pracy, wymaga stałego monitorowania i adaptacji programu studiów, by zachować jego aktualność i odpowiadać na potrzeby zawodowe przyszłych absolwentów. 2. Konieczność ciągłego podnoszenia kompetencji kadry: W obliczu rosnących oczekiwań rynku, kluczowe jest zapewnienie, że kadra dydaktyczna na bieżąco rozwija swoje kompetencje, szczególnie w obszarach szybko ewoluujących technologii i narzędzi, co jest niezbędne do utrzymania wysokiej jakości kształcenia. 3. Wyzwania w angażowaniu studentów w działania międzynarodowe: W poprzednim okresie pandemii odnotowano niższe statystyki mobilności. Konieczne jest dalsze motywowanie studentów do udziału w zagranicznych programach wymiany i zajęciach prowadzonych w językach obcych, aby w pełni wykorzystać potencjał umiędzynarodowienia.
---------------------	---	---

Część III. Załączniki

Załącznik nr 1. Zestawienia dotyczące ocenianego kierunku studiów

Tabela 1. Liczba studentów ocenianego kierunku¹⁵

Poziom studiów	Rok studiów	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
		Dane sprzed 3 lat	Bieżący rok akademicki	Dane sprzed 3 lat	Bieżący rok akademicki
I stopnia	I	51	60	-	-
	II	40	51	-	-
	III	54	41	-	-
	IV	-	-	-	-
II stopnia	I	40	31	-	-
	II	41	33	-	-
jednolite studia magisterskie	I	-	-	-	-
	II	-	-	-	-
	III	-	-	-	-
	IV	-	-	-	-
	V	-	-	-	-
	VI	-	-	-	-
Razem:		226	216	-	-

Tabela 2. Liczba absolwentów ocenianego kierunku w ostatnich trzech latach poprzedzających rok przeprowadzenia oceny

Poziom studiów	Rok ukończenia	Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
		Liczba studentów, którzy rozpoczęli cykl kształcenia kończący się w danym roku	Liczba absolwentów w danym roku	Liczba studentów, którzy rozpoczęli cykl kształcenia kończący się w danym roku	Liczba absolwentów w danym roku

¹⁵ Należy podać liczbę studentów ocenianego kierunku, z podziałem na poziomy, lata i formy studiów (z uwzględnieniem tylko tych poziomów i form studiów, które są prowadzone na ocenianym kierunku).

I stopnia	2022	47	30	-	-
	2023	53	39	-	-
	2024	47	34	-	-
II stopnia	2022	32	16	-	-
	2023	39	18	-	-
	2024	40	29	-	-
jednolite studia magisterskie	...	-	-	-	-
	...	-	-	-	-
	...	-	-	-	-
Razem:		258	166	-	-

Tabela 3. Wskaźniki dotyczące programu studiów na ocenianym kierunku studiów, poziomie i profilu określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 27 września 2018 r. w sprawie studiów (Dz. U. poz. 1861 z późn. zm.)¹⁶

I stopień

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	VI semestrów, 180 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów ¹⁷	ok. 2500 godz.
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	92 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	180 ECTS
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	-
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	73 ECTS

¹⁶ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

¹⁷ Proszę podać łączną liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów bez liczby godzin praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki).

Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	5 ECTS
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki) ¹⁸	120 godz.
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	60 godz.
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:	
1. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	1./ do 30%
2. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	2./ nd.

II stopień

Nazwa wskaźnika	Liczba punktów ECTS/Liczba godzin
Liczba semestrów i punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na ocenianym kierunku na danym poziomie	IV semestry, 120 ECTS
Łączna liczba godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów ¹⁹	ok. 1500
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	55
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom związanym z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów	120
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	–
Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana zajęciom do wyboru	50

¹⁸ Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

¹⁹ Proszę podać łączną liczbę godzin zajęć z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia i studentów bez liczby godzin praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki).

Łączna liczba punktów ECTS przyporządkowana praktykom zawodowym (jeżeli program studiów przewiduje praktyki)	–
Wymiar praktyk zawodowych (jeżeli program studiów przewiduje praktyki) ²⁰	–
W przypadku stacjonarnych studiów pierwszego stopnia i jednolitych studiów magisterskich liczba godzin zajęć z wychowania fizycznego.	–
W przypadku prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość:	
1. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach stacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach stacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	1./ do 30%
2. Łączna liczba godzin zajęć określona w programie studiów na studiach niestacjonarnych/ łączna liczba godzin zajęć na studiach niestacjonarnych prowadzonych z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość.	2./ nd.

Tabela 4. Zajęcia lub grupy zajęć związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie lub dyscyplinach, do których przyporządkowany jest kierunek studiów²¹

Studia I stopnia

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne	Liczba punktów ECTS
Podstawy z zakresu nauk humanistycznych i społecznych	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	195	23
Medioznawczy	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	195	24
Komunikacja	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	240	26
Warsztat specjalisty ds. komunikacji	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	115	11

²⁰ Proszę podać wymiar praktyk w miesiącach oraz w godzinach dydaktycznych.

²¹ Tabelę należy wypełnić odrębnie dla każdego z poziomów studiów i każdej z form studiów podlegających ocenie.

Prawo i etyka	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	90	9
Zajęcia specjalnościowe: specjalność dziennikarstwo i nowe technologie	ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	360	36
Zajęcia specjalnościowe: specjalność – Public relations i budowanie marki	ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	360	36
Praca dyplomowa	seminarium	120	16
Zajęcia do wyboru w j. polskim	wykład, konwersatorium	90	9
zajęcia do wyboru w j. obcym	konwersatorium	30	3
Razem:		1535*(dla spec. osobno)	193* (dla spec. osobno)

Studia II stopnia

Nazwa zajęć/grupy zajęć	Forma/formy zajęć	Łączna liczba godzin zajęć stacjonarne	Liczba punktów ECTS
Komunikacja i kultura	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	180	26
Społeczeństwo i media	wykład, ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	135	22
Praca mgr i przygotowanie do egz. dypl.	seminarium, wykład, laboratorium	135	29

Zajęcia specjalnościowe: dziennikarstwo i nowe media	ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	180	24
Zajęcia specjalnościowe: branding i komunikacja marketingowa	ćwiczenia, konwersatorium, laboratorium	180	24
Zajęcia do wyboru w j. polskim	wykład, konwersatorium	30	3
Zajęcia do wyboru w j. polskim	konwersatorium	30	3
Razem:		730* (dla spec. osobno)	107* (dla spec. osobno)

(Pieczęć uczelni)

.....

(podpis Dziekana/Kierownika jednostki)

.....

(podpis Rektora)

....., dnia

(miejscowość)



UNIWERSYTET
MIKOŁAJA KOPERNIKA
W TORUNIU