

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU STUDIÓW MEDIA I KOMUNIKOWANIE W BIZNESIE STUDIA I STOPNIA - PROFIL PRAKTYCZNY

poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:

VI

dziedzina:

NAUKI SPOŁECZNE

dyscyplina wiodąca:

NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I
MEDIACH

dyscyplina/y, do których odnoszą się efekty uczenia się:

NAUKI PRAWNE

NAUKI O ZARZĄDZANIU I JAKOŚCI

objaśnienie oznaczeń:

litera/y (przed podkreślnikiem)	kierunkowy efekt uczenia się dla danego kierunku
W	kategoria wiedzy
U	kategoria umiejętności
K	kategoria kompetencji społecznych
P6 U_W	uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia VI poziomu PRK w zakresie wiedzy
P6 U_U	uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia VI poziomu PRK w zakresie umiejętności
P6 U_K	uniwersalna charakterystyka pierwszego stopnia VI poziomu PRK w zakresie kompetencji społecznych
P6 S_W (G,K)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie wiedzy (zakres i głębokość/ kontekst)
P6 S_U (W,K,O,U)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie umiejętności (wykorzystanie wiedzy, komunikowanie się, organizacja pracy, uczenie się)
P6 S_K (K,O,R)	uniwersalna charakterystyka drugiego stopnia VI poziomu PRK w zakresie kompetencji społecznych (oceny, odpowiedzialność, rola zawodowa)

PROFIL PRAKTYCZNY				
symbol efektu	opis efektów kształcenia dla absolwenta studiów I stopnia na kierunku MEDIA I KOMUNIKOWANIE W BIZNESIE	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie szóstym	kod uniwersalnej charakterystyki poziomu drugiego dla kwalifikacji na poziomie szóstym	
			dziedzina sztuki	kompetencje inżynierskie

WIEDZA absolwent zna i rozumie				
K_W01	nauki o komunikacji społecznej i mediach jako dyscyplinie naukowej oraz charakteryzuje jej związek z innymi dyscyplinami z zakresu nauk społecznych	P6S_WG		
K_W02	posiada wiedzę z zakresu nauk społecznych z perspektywy polskiej, europejskiej i globalnej o (a) najbliższym społecznym otoczeniu człowieka (np. rodzina, zakład pracy); (b) wspólnotach lokalnych, wspólnotach wirtualnych, organizacjach publicznych i politycznych	P6S_WG		
K_W03	opisuje procesy, zjawiska, podmioty, struktury i instytucje związane z mediami oraz nauką o poznaniu i komunikacji społecznej w kontekście biznesowym oraz elementy na nie wpływające	P6S_WG		
K_W04	charakteryzuje rodzaje więzi społecznych (rodziny, kulturowych, zawodowych, organizacyjnych, biznesowych, terytorialnych, ekonomicznych, prawnych) oraz rządzące nimi zasady	P6S_WG		
K_W05	identyfikuje role jednostki oraz charakteryzuje uwarunkowania (np. socjologiczne, psychologiczne, kulturowe, prawne) funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, ze szczególnym uwzględnieniem uczestnictwa w życiu	P6S_WG		
K_W06	zna właściwe dla mediów i komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście metody, a także narzędzia oraz techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać zjawiska, procesy, podmioty, struktury i instytucje społecznego komunikowania	P6S_WG		
K_W07	posiada wiedzę o prawidłowościach, normach i regułach (prawnych, techniczno – organizacyjnych, etycznych) organizujących struktury i instytucje systemów komunikacji społecznej w jej biznesowym kontekście	P6S_WG		
K_W08	identyfikuje procesy zmian podmiotów, instytucji i struktur komunikacji w biznesie oraz ich przyczyny, przebieg i skalę	P6S_WG		
K_W09	ma wiedzę o relacjach współzależności między podmiotami jednostkowymi i zbiorowymi, o charakterze relacji międzyludzkich, o źródłach i sposobach rozwiązywania konfliktów społecznych, rozróżnia strategie działania i podejmowania decyzji	P6S_WG		
K_W10	zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu mediów, <i>social mediów</i> , <i>public relations</i> , reklamy, promocji, prezentacji, narracji, perswazji w piśmie w formie wystąpień publicznych i prawa autorskiego	P6S_WG		
K_W101	identyfikuje przyczyny, przebieg, skalę i skutki procesów oraz zmian społecznych oraz rozumie ich wpływ na procesy komunikacji w biznesie i działanie mediów	P6S_WG		
K_W12	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości oparte na wiedzy z zakresu dziedzin właściwych dla komunikacji społecznej w kontekście biznesowym	P6S_WG		