

**Program studiów****Część A) programu studiów****Efekty uczenia się**

<b>Wydział prowadzący studia:</b>	<b>Wydział Humanistyczny</b>
<b>Kierunek, na którym są prowadzone studia:</b>	<b>lingwistyka praktyczna i copywriting</b>
<b>Poziom studiów</b>	<b>studia pierwszego stopnia</b>
<b>Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:</b>	<b>poziom 6</b>
<b>Profil studiów:</b>	<b>praktyczny</b>
<b>Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta:</b>	<b>licencjat</b>
<b>Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:</b>	<b>Dyscyplina:</b> - językoznawstwo (83%) - literaturoznawstwo (17%)  <b>Dyscyplina wiodąca: językoznawstwo</b>
<b>Symbol</b>	<b>Po ukończeniu studiów absolwent osiąga następujące efekty uczenia się:</b>
<b>WIEDZA</b>	
K_W01	ma zaawansowaną wiedzę o języku polskim i jego praktycznych zastosowaniach (w tym gramatyce funkcjonalnej)
K_W02	ma zaawansowaną wiedzę o literaturze i kulturze polskiej (w tym życiu codziennym)
K_W03	ma zaawansowaną wiedzę o wybranych zagadnieniach z obszaru nauk humanistycznych i społecznych
K_W04	ma zaawansowaną wiedzę o copywritingu i piśmiennictwie użytkowym
K_W05	ma zaawansowaną wiedzę o szeroko pojętej kulturze (w tym kulturze masowej)
K_W06	ma zaawansowaną wiedzę o wybranych zagadnieniach historycznych, społecznych, religijnych, filozoficznych i politycznych w wymiarze lokalnym i międzykulturowym
K_W07	ma zaawansowaną wiedzę o komunikacji w aspekcie interpersonalnym i społecznym
K_W08	ma zaawansowaną wiedzę o narzędziach ICT i nowych mediach
K_W09	ma zaawansowaną wiedzę z zakresu języków specjalistycznych
K_W10	ma wiedzę na temat prawnych i etycznych uwarunkowań działalności zawodowej (copywriterskiej)
K_W11	zna zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości oraz ekonomiczne uwarunkowania działalności zawodowej
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>	
K_U01	potrafi wyszukiwać, selekcjonować, analizować, krytycznie oceniać i użytkować informacje pozyskane z różnorodnych źródeł i różnymi sposobami
K_U02	potrafi czytać, analizować i interpretować teksty literackie, naukowe i użytkowe (w tym reklamowe)
K_U03	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów kultury i użytkowych oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z użyciem odpowiednich metod i narzędzi
K_U04	potrafi porozumiewać się z otoczeniem przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych (w tym narzędzia ICT) na tematy z zakresu studiowanej dyscypliny w języku rodzimym i obcym

K_U05	potrafi pracować wedle celów i wskazówek formułowanych przez opiekuna naukowego
K_U06	potrafi pracować w zespole przyjmując różne role, planować zadania i organizować pracę własną i innych członków zespołu
K_U07	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów i zadań typowych dla działalności copywriterskiej, w tym odpowiednio określić priorytety służące realizacji tych zadań
K_U08	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności praktyczne i badawcze
K_U09	potrafi rozpoznać różne typy komunikatów i komunikacji, dokonać ich analizy w odniesieniu do studiowanej dyscypliny
K_U10	posiada umiejętność tworzenia wystąpień ustnych, prac pisemnych w języku polskim z wykorzystaniem podstaw teoretycznych studiowanej dyscypliny i we właściwy sposób stosować w nich argumentację z odwołaniem do różnorodnych źródeł
K_U11	posiada umiejętności korzystania z różnych narzędzi ICT, formatowania i obróbki tekstu i grafiki, przygotowywania materiałów copywriterskich i prezentacji
K_U12	ma umiejętności językowe zgodnie z wymogami poziomu B2 w ramach języka obcego
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>	
K_K01	ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się i rozwoju
K_K02	docenia dorobek zawodowy poprzedników, identyfikuje i rozstrzyga dylematy prawne i etyczne związane z wykonywaniem zawodu copywritera
K_K03	docenia tradycję i dziedzictwo kulturowe w wymiarze lokalnym i międzynarodowym, ma świadomość odpowiedzialności za ich zachowanie
K_K04	rozumie odmienne postrzeganie życia społecznego przez osoby pochodzące z różnych środowisk i kultur
K_K05	uczestniczy w działaniach na rzecz interesu publicznego, w tym popularyzacji dziedzictwa kulturowego
K_K06	wykazuje aktywność w samodzielnym podejmowaniu typowych działań profesjonalnych (praktyki)
K_K07	w sytuacjach zawodowych potrafi wskazać obszary wiedzy, którą należy wykorzystać do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych oraz pozyskać informacje z różnych źródeł do ich realizacji
K_K08	dzięki pozyskanym kompetencjom językowym jest przygotowany do sprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych związanych z wykonywanym zawodem
K_K09	jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy

## Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się

### Część B) programu studiów

<b>Wydział prowadzący studia:</b>	Wydział Humanistyczny			
<b>Kierunek, na którym są prowadzone studia:</b>	lingwistyka praktyczna i copywriting			
<b>Poziom studiów:</b>	studia pierwszego stopnia			
<b>Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji:</b>	poziom 6			
<b>Profil studiów:</b>	praktyczny			
<b>Przyporządkowanie kierunku do dyscypliny naukowej lub artystycznej (dyscyplin), do których odnoszą się efekty uczenia się:</b>	Dyscyplina: - językoznawstwo (83%), - literaturoznawstwo (17%) <b>Dyscyplina wiodąca:</b> językoznawstwo			
<b>Forma studiów:</b>	studia stacjonarne			
<b>Liczba semestrów:</b>	6			
<b>Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:</b>	180			
<b>Łączna liczba godzin zajęć dydaktycznych:</b>	1830			
<b>Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:</b>	licencjat			
<b>Wskazanie związku programu studiów z misją i strategią UMK:</b>	Program kształcenia w zakresie lingwistyki praktycznej i copywritingu wpisuje się zadania zawarte w Statucie UMK w zakresie dotyczącym kształcenia na poziomie akademickim, rozwijania wiedzy i jej popularyzowania. Program studiów pełni również funkcję kulturotwórczą i integruje uczelnię z jej otoczeniem zewnętrznym. Program studiów copywriterskich – zgodnie ze strategią UMK – służy utrzymaniu wysokiej rangi Uniwersytetu w kształceniu studentów.			
Przedmioty/grupy zajęć wraz z zakładanymi efektami uczenia się				
Grupy przedmiotów	Przedmiot	Zakładane efekty uczenia się	Formy i metody kształcenia zapewniające osiągnięcie efektów uczenia się	Sposoby weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta

<b>Grupa przedmiotów językoznawczych</b> (student zna w stopniu zaawansowanym wybrane problemy językowe oraz trafnie dobiera i stosuje metody do ich analizy)	Podstawy teorii komunikacji	K_W: 01, 03, 04, 07, 08, 09	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny.
	Gramatyka funkcjonalna języka polskiego			
	Słowniki i encyklopedie			
	Stylistyka praktyczna	K_U: 01, 02, 03, 04, 07, 08, 09 10, 11	Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy	
	Warsztaty pisania tekstów			
	Emisja głosu			
	Komunikacja społeczna	K_K: 01, 03, 04, 06, 07 08	Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	
	Kultura wypowiedzi			
	Język w Internecie i pozycjonowanie stron www			
	Analiza tekstu			
	Komunikacyjne aspekty marketingu			
	Językoznawstwo eksperymentalne			
	Redagowanie i korekta tekstów			
<b>Grupa przedmiotów literaturoznawczych</b> (student zna w stopniu zaawansowanym wybrane problemy literatury i kultury oraz trafnie dobiera i stosuje metody do ich analizy)	Socjologia literatury	K_W: 02, 05	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny.
	Literatura i życie codzienne w Polsce			
	Zjawiska kultury popularnej i masowej	K_U: 02, 03	Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy	
<b>Grupa przedmiotów uzupełniających</b> (student rozumie znaczenie tła społecznego studiowanego kierunku, umie się posługiwać na poziomie zaawansowanym narzędziami ICT, rozumie odniesienia ekonomiczno-prawne wykonywanego zawodu)	Filozofia	K_W: 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 10, 11	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna.
	Instytucje kultury i media			
	Nowe media			
	Podstawy badań społecznych	K_U: 01, 02, 03, 04, 06, 07, 08, 09, 11	Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy	
	Komputerowe programy użytkowe			
	Grafika komputerowa			
	Narzędzia multimedialne	K_K: 01, 02, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09, 11	Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	
	Zarządzanie projektami			
	Ekonomiczne podstawy działalności gospodarczej i kulturalnej			
	Finansowanie działalności gospodarczej i kulturalnej			
	Prawo autorskie i ochrona własności intelektualnej			
	Prawne otoczenie biznesu			
	Polityka językowa		Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz	Forma określona przez prowadzącego:
	Językowa kreacja osoby			

<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru I – komunikacja publiczna</b> (student zna w zaawansowanym stopniu specyfikę wybranej specjalności – trafnie dobiera i stosuje metody opisu zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy)	Lingwistyczne podstawy przetwarzania informacji	K_W: 01, 03, 04, 06, 07, 08, 09  K_U: 01, 03, 04, 07, 08, 09, 10, 11  K_K: 01, 03, 04, 05, 06, 07, 08, 09	Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy  Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Podstawy public relations			
	Sztuka dyskusyjna			
	Trudności komunikacyjne w praktyce			
	Komunikacja kryzysowa			
	Komunikacja prawna i prawnicza			
Etykieta językowa				
<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru II – medialna promocja regionu</b> (student zna w zaawansowanym stopniu specyfikę wybranej specjalności – trafnie dobiera i stosuje metody opisu zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy)	Wstęp do regionalistyki	K_W: 01, 02, 03, 05, 06  K_U: 01, 02, 03, 04, 07, 10  K_K: 01, 02, 03, 04, 05, 07, 08	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz  Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy  Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Kultura regionu			
	Geograficzne i środowiskowe zróżnicowanie polszczyzny			
	Topografia literatury i sztuki polskiej i światowej			
	Media lokalne i regionalne			
	Język w kampaniach medialnych i marketingowych			
	Podróże literackie i poetyka miasta			
	Działalność agend kulturalnych i turystycznych			
Metodyka nauczania języka polskiego jako obcego				
<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru III – reklama i copywriting</b> (student zna w zaawansowanym stopniu specyfikę wybranej specjalności – trafnie dobiera i stosuje metody opisu zagadnień z nią związanych oraz rozwiązuje kluczowe dla niej problemy)	Od retoryki do hipertekstu	K_W: 02, 03, 04, 06, 07, 08, 09, 10, 11  K_U: 01, 03, 04, 07, 08, 09, 10, 11  K_K: 01, 02, 03, 04, 07, 08, 09	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz  Metody dydaktyczne podające: wykład informacyjny, wykład konwersacyjny, wykład problemowy  Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, laboratoryjna, projektu	Forma określona przez prowadzącego: 1. test końcowy, 2. referat lub prezentacja, 3. praca zaliczeniowa, semestralna, 4. egzamin ustny lub pisemny
	Etyka reklamy			
	Zaawansowane strategie SEO			
	Retoryka w cyberprzestrzeni			
	Reklama i copywriting			
	Media społecznościowe			
	Działalność agencji reklamowej			
	Kreatywność i innowacyjność			
<b>Wychowanie fizyczne</b>	Wychowanie fizyczne			
<b>Lektorat z języka obcego</b>	Język obcy nowożytny	K_W: 07, 09 K_U: 04, 12 K_K: 01, 04	Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa	
<b>Praktyki</b>	Praktyki zawodowe	K_W: 01, 11 K_U: 06, 07 K_K: 06, 09	Praktyki	Zgodnie z regulaminem wydziałowym

<b>Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy</b> (student potrafi z stopniu zaawansowanym analizować wybrane problemy studiowanego kierunku oraz trafnie argumentuje formułowane sądy analityczne)	Seminarium licencjackie	K_W: 01, 02, 06 K_U: 05, 08, 10 K_K: 02, 07, 08	Metody dydaktyczne eksponujące: pokaz  Metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, projektu, referatu, seminaryjna	Praca dyplomowa (zgodnie z wydziałowymi wytycznymi) i egzamin dyplomowy				
<b>Praktyki</b>								
<b>Wymiar praktyk</b>	6 miesięcy (x 85 godzin miesięcznie) – 510 godzin							
<b>Forma odbywania praktyk</b>	Praktyki w firmach/instytucjach z otoczenia uczelni							
<b>Zasady odbywania praktyk</b>	Student odbywa praktykę zawodową zgodnie z zasadami określonymi w regulaminie wydziałowym. Student może rozpocząć praktykę w dowolnym momencie studiów. Zalecane jest, aby dużą część praktyki odbył w czasie VI semestru studiów.							
<b>Szczegółowe wskaźniki punktacji ECTS</b>								
<b>Dyscypliny naukowe lub artystyczne, do których odnoszą się efekty uczenia się:</b>								
	<b>Dyscyplina naukowa lub artystyczna</b>		<b>Punkty ECTS</b>					
			<b>liczba</b>	<b>%</b>				
<b>1.</b>	<b>językoznawstwo</b>		<b>102</b>	<b>83</b>				
<b>2.</b>	<b>literaturoznawstwo</b>		<b>21</b>	<b>17</b>				
<b>Grupy przedmiotów zajęć</b>	<b>Przedmiot</b>	<b>Liczba punktów ECTS</b>	<b>Liczba ECTS w dyscyplinie:</b>			<b>Liczba punktów ECTS z zajęć do wyboru</b>	<b>Liczba punktów ECTS, jaką student uzyskuje w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących</b>	<b>Liczba punktów ECTS, które student uzyskuje, realizując zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne</b>
<b>Grupa przedmiotów językoznawczych</b>	Podstawy teorii komunikacji	3	językoznawstwo	3			2	
	Gramatyka funkcjonalna języka polskiego	6	literaturoznawstwo	6			3	

	Słowniki i encyklopedie	3	3				2	3
	Stylistyka praktyczna	3	3				2	3
	Warsztaty pisania tekstów	6	6				3	6
	Emisja głosu	2	2				1	2
	Komunikacja społeczna	3	3				2	3
	Kultura wypowiedzi	2	2				1	2
	Język w Internecie i pozycjonowanie stron www	3	3				2	3
	Analiza tekstu	3	3				2	3
	Komunikacyjne aspekty marketingu	2	2				1	2
	Językoznawstwo eksperymentalne	3	3				2	3
	Redagowanie i korekta tekstów	3	3				2	3
<b>Grupa przedmiotów literaturoznawczych</b>	Socjologia literatury	3		3			2	
	Literatura i życie codzienne w Polsce	9		9			6	
	Zjawiska kultury popularnej i masowej	6		6			3	
<b>Grupa przedmiotów uzupełniających</b>	Filozofia	3			3		2	
	Instytucje kultury i media	2			2		1	
	Nowe media	3			3		2	
	Podstawy badań społecznych	3			3		2	3
	Komputerowe programy użytkowe	4			4		2	4
	Grafika komputerowa	4			4		2	4
	Narzędzia multimedialne	6			6		3	6
	Zarządzanie projektami	2			2		1	2
	Ekonomiczne podstawy działalności gospodarczej i kulturalnej	2			2		1	2
	Finansowanie działalności gospodarczej i kulturalnej	2			2		1	2
	Prawo autorskie i ochrona własności intelektualnej	2			2		1	2
Prawne otoczenie biznesu	2			2		1	2	
<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru I – komunikacja publiczna</b>	Polityka językowa	3				3	2	
	Językowa kreacja osoby	2				2	1	2
	Lingwistyczne podstawy przetwarzania informacji	3				3	2	3
	Podstawy public relations	3				3	2	3
	Sztuka dyskusowania	3				3	2	3
	Trudności komunikacyjne w praktyce	2				2	1	2
	Komunikacja kryzysowa	3				3	2	3

	Komunikacja prawna i prawnicza	3				3	2	3
	Etykieta językowa	3				3	2	3
<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru II – medialna promocja regionu</b>	Wstęp do regionalistyki	2				2	1	
	Kultura regionu	3				3	1	
	Geograficzne i środowiskowe zróżnicowanie polszczyzny	3				3	2	
	Topografia literatury i sztuki polskiej i światowej	3				3	2	
	Media lokalne i regionalne	2				2	1	2
	Język w kampaniach medialnych i marketingowych	3				3	1	3
	Podróże literackie i poetyka miasta	3				3	4	
	Działalność agend kulturalnych i turystycznych	3				3	2	3
	Metodyka nauczania języka polskiego jako obcego	3				3	2	3
	<b>Moduł specjalizacyjny do wyboru III – reklama i copywriting</b>	Od retoryki do hipertekstu	3				3	2
Etyka reklamy		2				2	1	2
Zaawansowane strategie SEO		3				3	2	3
Retoryka w cyberprzestrzeni		3				3	2	3
Reklama i copywriting		6				6	3	6
Media społecznościowe		2				2	1	
Działalność agencji reklamowej		3				3	2	3
Kreatywność i innowacyjność		3				3	2	3
<b>Wychowanie fizyczne</b>	Wychowanie fizyczne	0						
<b>Lektorat z języka obcego</b>	Język nowożytny do wyboru	7				7	4	
<b>Praktyki</b>	Praktyki zawodowe	17	15	1	1	17		17
<b>Praca dyplomowa i egzamin dyplomowy</b>	Seminarium licencjackie	11	8	2	1	11	2	11
<b>RAZEM:</b>		<b>180</b>	<b>65/53%</b>	<b>21/17%</b>	<b>37/30%</b>	<b>85/47%</b>	<b>92–93**</b>	<b>119–130**</b>

\* załącznikiem do programu studiów jest opis treści programowych dla przedmiotów

\*\* w zależności od wyboru modułów specjalizacyjnych

Studenci rozliczani są w systemie rocznym.

Program studiów obowiązuje od semestru zimowego roku akademickiego 2023/2024.