

PROGRAM STUDIÓW
Zarządzanie informacją
studia drugiego stopnia, stacjonarne

Plan studiów

Rok studiów: I											
Semestr: pierwszy											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Przemysł informacji i wiedzy	O	30					30	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Zarządzanie informacją w naukach o komu- nikacji społecznej i mediach	O				30		30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Statystyka	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Seminarium magisterskie	O			30			30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Przedmioty w ramach specjalności***: Anali- tyka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW						60	Zo/E	12	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Przedmiot humanistyczny****	OzW						30	Zo/E	3	literaturoznawstwo językoznawstwo	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Obowiązkowe szkolenie BHP oraz ochrony ppoż.	O					4	4	e-learning	0		Dział BHP oraz Ochrony Przeciwp- żarowej
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		30		30	45	4	199		30		

Semestr: drugi											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Organizacja zasobów informacyjnych	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Seminarium magisterskie	O			30			30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Przedmioty w ramach specjalności***: Anali-tyka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW						60	Zo/E	12	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Elementy prawa gospodarczego	O				15		15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Język obcy (student rozpoczynający lektorat powinien reprezentować poziom B2 biegłości językowej)						60	60	Zo	0	-	Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych
Zaawansowane funkcje programów do prze-twarzania danych	O					30	30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Zarządzanie informacją	O	30					30	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		60		30	15	90	255		30		

Rok studiów: II											
Semestr: trzeci											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Translatorium specjalistyczne	O				30		30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Wizualizacja danych	O					30	30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Seminarium magisterskie	O			30			30	Zo	7	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach

Język obcy (wpis - poziom biegłości języka B2+)							0	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych
Przedmiot humanistyczny****	OzW						30	E/Zo	2	literaturoznawstwo / językoznawstwo	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Przedmiot do wyboru****	OzW						15	E/Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach, literaturoznawstwo / językoznawstwo	Wydział Filologiczny
Przedmioty w ramach specjalności**: Anali-tyka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW						45	E/Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Zarządzanie informacją w sektorze nauki // Zarządzanie informacją w sektorze kultury	OzW				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS				30	45	30	195		30		

Semestr: czwarty											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Etyka zawodowa	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Zarządzanie i marketing	O	30					30	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Zarządzanie i marketing	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Prawne aspekty działalności informacyjnej	O	15					15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Seminarium magisterskie	O			30			30	Zo	11	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Transfer wiedzy do biznesu	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Humanistyka cyfrowa i automatyczne prze-twarzanie danych	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		75		30	45		150		30		

SPECJALNOŚĆ: ANALITYKA DANYCH

Rok studiów: I											
Semestr: pierwszy											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Systemy zarządzania informacją i sieciowe bazy danych	OzW					30	30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Badania użytkowników informacji	OzW				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Big Data	OzW	15					15	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		15			15	30	60		12		

Semestr: drugi											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Ewaluacja działalności naukowej	OzW	15					15	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Laboratorium z analityki danych	OzW					30	30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Semiotyka informacji wizualnej	OzW	15					15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		30				30	60		12		

Rok studiów: II											
Semestr: trzeci											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do Której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Analityka danych – projekt	OzW					30	30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Ewaluacja działalności naukowej	OzW					15	15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS						45	45		5		

SPECJALNOŚĆ: CYFROWE DZIEDZICTWO KULTURY

Rok studiów: I											
Semestr: pierwszy											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do Której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Wprowadzenie do cyfrowego dziedzictwa kultury	OzW	30					30	E	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Zbiory specjalne w dziedzictwie kulturowym i cyfrowym	OzW				15		15	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
Zbiory specjalne w dziedzictwie kulturowym i cyfrowym	OzW	15					15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In- formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		45			15		60		12		

Semestr: drugi											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Metadane zasobów cyfrowych instytucji GLAM	OzW					30	30	Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Cyberkultura i netart	OzW	15					15	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Fandom	OzW				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		15			15	30	60		12		

Rok studiów: II											
Semestr: trzeci											
Nazwa przedmiotu	O/ W/ OzW *	Forma i liczba godzin zajęć						Forma zaliczenia	Punkty ECTS	Dyscyplina, do której odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Współuczestnictwo w kulturze cyfrowej	OzW				30		30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
Podaż kultury cyfrowej	OzW				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o In-formacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS					45		45		5		

* O – obowiązkowy, W – do wyboru, OzW – obowiązkowy z wyborem.

** Forma zajęć: W – wykład, S – seminarium, L – laboratorium, K – konwersatorium.

*** Przedmioty w ramach specjalności: Analityka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury – student wybiera jedną ze specjalności.

**** Ofertę przedmiotów humanistycznych oraz do wyboru przygotowuje Instytut Nauk o Informatyce i Mediach.

INFORMACJE OGÓLNE O PROGRAMIE STUDIÓW

Liczba semestrów	4
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów	120
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Forma studiów	stacjonarna
Kod ISCED	0322
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć do wyboru	65
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	120
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych (nie mniej niż 5 ECTS)	5
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka obcego nowożytnego	4
Liczba punktów ECTS w ramach zajęć z lektoratu języka polskiego dla cudzoziemców na studiach w języku polskim lub studiach w języku angielskim	8
Łączna liczba godzin zajęć w programie studiów (z podziałem na poszczególne specjalności, jeśli dotyczy)	analityka danych – 799; cyfrowe dziedzictwo kultury – 799

OPIS EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

zdefiniowanych dla programów studiów w odniesieniu do charakterystyk drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji dla kwalifikacji na poziomach 6-7 uzyskiwanych w ramach systemu szkolnictwa wyższego i nauki

KIERUNEK: Zarządzanie informacją		
DYSCYPLINY NAUKOWE: nauki o komunikacji społecznej i mediach		
POZIOM KSZTAŁCENIA: 7 PRK		
PROFIL KSZTAŁCENIA: ogólnoakademicki		
Symbol efektu uczenia się dla programu studiów	Po ukończeniu studiów drugiego stopnia na kierunku Zarządzanie informacją absolwent uzyska efekty uczenia się w zakresie:	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK (kody)
WIEDZA		
K_W01	zna i rozumie w pogłębionym stopniu stan i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza w obszarze badań nad informacją, ich przynależność do obszaru nauk społecznych, specyfikę przedmiotową i metodologiczną, tendencje rozwojowe i kierunki badawcze.	P7S_WG
K_W02	zna i rozumie terminologię polską i obcą z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz innych nauk pokrewnych w odniesieniu do obszaru zarządzania informacją	P7S_WG
K_W03	zna i rozumie w pogłębionym stopniu główne kierunki rozwoju, współczesne dokonania oraz ośrodki badawcze nauk o komunikacji społecznej i mediach	P7S_WG
K_W04	zna i rozumie w pogłębionym stopniu problemy szczegółowe z zakresu zarządzania informacją i informatologii, dotyczące w szczególności: społecznej roli informacji i dokumentu, komunikacji tradycyjnej i cyfrowej, współczesnych strategii, aspektów prawnych i gospodarczych gromadzenia, przetwarzania i udostępniania informacji w skali globalnej i regionalnej, funkcjonowania instytucji GLAM oraz ośrodków informacji, projektowania i wdrażania strategii informacyjnych, społecznych potrzeb użytkowników informacji, oceny jakości zasobów informacji i usług związanych z ich obiegiem w społeczeństwie, zarządzania i marketingu w działalności informacyjnej, etyki zawodowej	P7S_WG
K_W05	zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody, techniki i narzędzia analizy, ewaluacji i prezentowania danych i informacji właściwe dla nauk społecznych	P7S_WG
K_W06	zna i rozumie w pogłębionym stopniu powiązania zarządzania informacją i informatologii z innymi dyscyplinami naukowymi, pozwalającą na integrowanie perspektyw różnych dyscyplin	P7S_WG

	naukowych i interdyscyplinarne podejście do problemów	
K_W07	zna i rozumie funkcjonowanie współczesnego społeczeństwa w kontekście rozwoju cyfrowego, a także fundamentalne dylematy związane z funkcjonowaniem informacji w dobie przełomu cyfrowego	P7S_WG, P7S_WK
K_W08	zna i rozumie problemy z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawne i etyczne aspekty zarządzania zasobami własności intelektualnej, funkcjonowania instytucji informacji oraz działalności zawodowej związanej z zarządzaniem informacją	P7S_WK
K_W09	zna i rozumie metody i podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	potrafi wyszukiwać, gromadzić, selekcjonować i analizować, użytkować, oceniać i prezentować informacje pozyskane z różnego rodzaju źródeł, wykorzystując w tym celu zaawansowane narzędzia i najnowsze technologie, a także formułować na tej podstawie własne (również krytyczne) sądy	P7S_UW
K_U02	potrafi wykorzystywać posiadane umiejętności badawcze (formułowanie i testowanie hipotez związanych z problemami badawczymi, krytyczna analiza opracowań, synteza różnych poglądów, dobór metod i konstruowanie narzędzi badawczych, opracowanie i prezentacja wyników), pozwalające na formułowanie i oryginalne rozwiązywanie złożonych i nietypowych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach	P7S_UW
K_U03	potrafi samodzielnie i z własnej inicjatywy zdobywać wiedzę i umiejętności z zakresu zarządzania informacją i pożytkować je do rozwiązywania problemów badawczych i profesjonalnych, przystosowując istniejące lub opracowując nowe metody i narzędzia	P7S_UW
K_U04	potrafi integrować wiedzę z różnych dziedzin i dyscyplin naukowych w celu zastosowania jej w sytuacjach profesjonalnych o różnym stopniu złożoności i wymagających różnej odpowiedzialności (zarządzanie zasobami informacji i organizacja działalności informacyjnej; odpowiadanie na zapotrzebowanie informacyjne użytkowników) w zmieniającej się rzeczywistości społecznej, kulturowej i technologicznej	P7S_UW
K_U05	potrafi formułować i prezentować własne poglądy (w tym opinie krytyczne) w odniesieniu do zjawisk związanych z zarządzaniem informacją, potrafi dokonać syntetycznego podsumowania problemu, prowadzić debatę	P7S_UK
K_U06	potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych kanałów oraz technik komunikacyjnych, a także ze specjalistami zajmującymi się teorią i praktyką w obszarze zarządzania informacją, stosując odpowiednią specjalistyczną terminologię	P7S_UK

K_U07	potrafi pisać prace w języku polskim, z wykorzystaniem różnych źródeł i ujęć teoretycznych, z poprawnie skonstruowanym aparatem pomocniczym publikacji naukowych	P7S_UK
K_U08	potrafi komunikować się za pomocą fachowej terminologii w przynajmniej jednym nowożytnym języku obcym na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy	P7S_UK
K_U09	potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role (także kierownicze), wspólnie z zespołem projektować i realizować zadania związane z działalnością informacyjną, z uwzględnieniem promocji oraz ewaluacji tych działań; potrafi samodzielnie planować i organizować pracę własną i innych oraz krytycznie oceniać jej efekty	P7S_UO
K_U10	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie jako warunek powodzenia na rynku pracy; planować uzupełnianie i aktualizowanie swojego wykształcenia oraz kompetencji zawodowych	P7S_UU
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści; w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemów jest gotów do zasięgania opinii ekspertów	P7S_KK
K_K02	jest gotów do uznania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w działalności informacyjnej	P7S_KK
K_K03	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych związanych z efektywnym zarządzaniem informacją oraz aktywnego uczestnictwa w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K04	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu; ma świadomość etycznych aspektów działalności profesjonalnej w obszarze zarządzania informacją; akceptuje konieczność poszanowania prawa, przestrzegania zasad etyki zawodowej i standardów profesjonalnych, rozwijania dorobku zawodu	P7S_KR
K_K05	jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	P7S_KO

Objaśnienie symboli:

PRK – Polska Rama Kwalifikacji

P6S_WG/P7S_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej

Ramy Kwalifikacji K_W - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K_U - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K_K - kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się

TREŚCI PROGRAMOWE

L.p.	Nazwa przedmiotu	Treści programowe	Przypisane do przedmiotu kierunkowe efekty uczenia się
1.	Przemysł informacji i wiedzy	Dane, informacja, wiedza - przegląd definicji i teorii informacji. Informacja i jej cechy. Etapy rewolucji technologicznej. Rola danych i informacji w rozwoju społecznym na przykładzie trzeciej i czwartej rewolucji przemysłowej. Znaczenie danych i informacji dla rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Rynek informacji cyfrowej - od klienta analogowego do klienta cyfrowego, zmiany zachowań konsumentów w społeczeństwie sieci. Rozwój systemów informacyjnych i cyberprzestrzeń. Rynek usług cyfrowych dla obywatela. Cyfryzacja w przestrzeni miejskiej. Zagrożenia wynikające z procesów cyfryzacji. Manipulacja treścią w przestrzeni wirtualnej.	K_W07 K_U06 K_K01 K_K03
2.	Zarządzanie informacją w naukach o komunikacji społecznej i mediach	Nauki o komunikacji społecznej i mediach – przegląd definicji, zakres i obszary badań. Zarządzanie informacją w perspektywie medioznawczej. Nowe paradygmaty badań: a) rola i znaczenie informacji w komunikacji społecznej; b) mediatyzacja przekazu informacyjnego, c) problematyka zarządzania informacją w naukach społecznych. Terminologia specjalistyczna polska i obca w NoKSiM. Metody i techniki badawcze łączące badania z zakresu zarządzania informacją, kognitywistyki oraz nauki o komunikacji społecznej. Formułowanie i analiza problemów badawczych, dobór metod i technik badawczych – krytyczna analiza materiału badawczego (piśmiennictwa). Opracowywanie i sposoby prezentowania wyników badań. Rola i znaczenie informacji w komunikacji pisemnej tradycyjnej i cyfrowej oraz w medioznawstwie. Komitet Nauk o Komunikacji Społecznej i Mediach PAN (2021) oraz ośrodki badań informacyjnych, komunikacyjnych i medioznawczych w Polsce – ich specyfika, tradycje, kierunki badań. Instytucje wspierające badania medioznawcze i informacyjne, najważniejsze czasopisma z zakresu NoKSiM.	K_W01 K_W03 K_U07 K_K02
3.	Statystyka	Kluczowe pojęcia statystyki: zbiorowość statystyczna, zbiorowość generalna, próba reprezentatywna, próba losowa, cechy statystyczne. Etapy badania statystycznego. Opracowanie i prezentacja danych statystycznych: opis tabelaryczny i graficzny. Parametry położenia (średnie, dominanta, kwantyle). Parametry rozproszenia (odchylenie standardowe, współczynniki zmienności i asymetrii rozkładu). Analiza współzależności zjawisk: zależność funkcyjna i stochastyczna. Podstawowe pojęcia rachunku prawdopodobieństwa	K_W05 K_U09 K_U06 K_K01
4.	Seminarium magisterskie sem. 1	Wybór tematu pracy magisterskiej. Opanowanie najnowszej wiedzy z dziedziny, do której należy temat pracy magisterskiej. Opracowanie konspektu pracy magisterskiej.	K_W04 K_U01 K_U02

			K_K04
5.	Seminarium magisterskie sem. 2	Poszerzanie wiedzy z dziedziny, do której należy temat pracy magisterskiej. Doskonalenie wyszukiwania i gromadzenia bibliografii. Dobór metod badawczych. Przygotowanie pod opieką prowadzącego kolejnych rozdziałów pracy magisterskiej, spełniającej wszystkie kryteria stawiane tego typu pracom.	K_W02 K_U03 K_K04
6.	Seminarium magisterskie sem. 3	Poszerzanie wiedzy z dziedziny, do której należy temat pracy magisterskiej. Doskonalenie wyszukiwania i gromadzenia bibliografii. Przeprowadzanie badań i interpretacja wyników. Przygotowanie pod opieką prowadzącego kolejnych rozdziałów pracy magisterskiej, spełniającej wszystkie kryteria stawiane tego typu pracom.	K_W02 K_U03 K_K04
7.	Seminarium magisterskie sem. 4	Poszerzenie wiedzy z dziedziny, do której należy temat pracy magisterskiej. Poszerzenie bibliografii. Przeprowadzenie badań, analiza i interpretacja wyników. Przygotowanie pod opieką prowadzącego pracy magisterskiej, spełniającej wszystkie kryteria stawiane tego typu pracom.	K_W04 K_U01 K_U03 K_K04
8.	Zarządzanie informacją	Istota zarządzania informacją i wiedzą. Kontekst rozważań: społeczeństwo oparte na wiedzy. Definicja informacji, danych i wiedzy. Cechy informacji, elementy semiotyki i kategorie znaków. Techniki pozyskiwania informacji. Ocena jakości informacji. Kwantyfikacja informacji. Manipulacja informacją i danymi. Rodzaje zasobów: publiczne, niepubliczne (biznesowe, instytucjonalne, amatorskie). Źródła informacji w ekonomii, nauce, technologii, mediach. Podstawy ekonomiki informacji.	K_W01 K_W02 K_K02
9.	Zarządzanie informacją w sektorze nauki	Komercyjne i niekomercyjne instytucje zarządzające informacją w sektorze nauki (m.in. akademie nauk, instytuty badawcze, wyższe uczelnie, komercyjne instytuty badawcze i laboratoria). Typy informacji wytwarzanych, gromadzonych, przetwarzanych i udostępnianych przez instytucje sektora nauki (m.in. ze względu na ich dostępność, format zapisu, zawartość treściową). Sposoby gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i udostępniania informacji (dziedzinowe i instytucjonalne repozytoria publikacji i danych badawczych, bazy do robku pracowników sektora nauki, platformy dostępu do zasobów naukowych, np. Most Wiedzy, AZON2.0, Polska Platforma Medyczna). Podstawy zarządzania danymi badawczymi.	K_W07 K_U09 K_K01
10.	Zarządzanie informacją w sektorze kultury	Instytucje i organizacje zarządzające informacją w kulturze (m.in. biblioteki, muzea, archiwa, teatry, kina, towarzystwa kulturalne). Typy informacji wytwarzanych, gromadzonych, przetwarzanych i udostępnianych przez instytucje kultury i organizacje kulturalne. Sposoby gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i udostępniania informacji (m.in. portale tematyczne, biblioteki cyfrowe, archiwa społeczne, bazy danych) w instytucjach i organizacjach w sektorze kultury. Wykorzystanie mediów społecznościowych do zarządzania informacją	K_U03 K_U09 K_U06 K_K01

		w instytucjach i organizacjach w sektorze kultury.	
11.	Organizacja zasobów informacyjnych	Podstawowa terminologia (zasób, zasób informacyjny, organizacja). Typologia zasobów informacyjnych (materialne i niematerialne). Organizacja zasobów informacyjnych z punktu widzenia różnych dyscyplin naukowych (m.in. informatyka, zarządzanie, nauki o komunikacji społecznej i mediach). Typologie instytucji gromadzących, organizujących i udostępniających zasoby informacyjne (edukacyjne, naukowe, kulturalne, administracji publicznej i samorządu terytorialnego, biblioteki, archiwa). Systemy organizacji zasobów informacyjnych (tradycyjne i elektroniczne). Pracownicy systemu organizacji. Standardy w systemach zorganizowanych zasobów informacyjnych (struktury danych, zawartości danych, transferu danych). Zakres udostępniania informacji (sposoby dostępu do informacji). Status prawny zasobów informacyjnych w Polsce. Systemy organizacji wiedzy i ich wpływ na organizację zasobów informacyjnych (architektura informacji, słowniki kontrolowane, ontologie). Wpływ organizowania zasobów informacyjnych na możliwości wyszukiwania informacji. Organizacja zasobów informacyjnych z uwzględnieniem zróżnicowanych grup odbiorców.	K_W02 K_W06 K_W08 K_U02
12.	Elementy prawa gospodarczego	Podstawowe pojęcie z zakresu prawa. Pojęcie osoby fizycznej, osoby prawnej oraz ułomnej osoby prawnej. Podmioty gospodarcze. Reprezentacja przedsiębiorcy: organy osób prawnych. Pełnomocnictwo i jego rodzaje. Zasady podejmowania i wykonywania działalności gospodarczej. Ochrona konkurencji. Polityka i reglamentacja gospodarcza.	K_W09 K_U10 K_K05
13.	Zaawansowane funkcje programów do przetwarzania danych	Charakterystyka oprogramowania Microsoft Access i Excel. Wprowadzenie do projektowania baz danych. Oprogramowanie Excel: zasady pracy z formularzami i tabelami, zarządzanie zeszytami, formuły i funkcje, tabele zwykłe i przestawne, wykresy – tworzenie i dobieranie do typów danych, dane połączone, praca z filtrami i szablonami, analiza danych za pomocą sum częściowych i tabel przestawnych). Oprogramowanie Microsoft Access: projektowanie bazy danych, tworzenie tabel ich indeksowanie i relacje, arkusze danych, importowanie i eksportowanie danych, projektowanie różnego typu kwerend, opracowanie formularzy i raportów.	K_W05 K_U02 K_U09 K_K02
14.	Translatorium specjalistyczne	Słowo za słowo, czyli na czym (nie) polega tłumaczenie. Co robimy z tekstem, gdy go widzimy: zachowanie czujności w pracy z przekładem. Sposoby manipulacji tekstem. Nazwy własne (sposoby adaptacji), terminy specjalistyczne i specyfika tłumaczenia tekstów specjalistycznych, kontekst kulturowy i intertekstualny. Styl cytowania źródeł wykorzystanych w tekście (jego poprawność oraz jego „przekład”). Praktyka przekładu: wykonywanie zadań podczas zajęć (w tym praca w grupach), tłumaczenie tytułu pracy magisterskiej, metryczki i streszczeń.	K_W02 K_K05 K_U07 K_U08

15.	Wizualizacja danych	Cele i funkcje wizualizacji informacji. Rozwój wizualizacji informacji. Podstawy percepcji obrazu (iluzje, zasady Gestaltu i neuroestetyka). Współczesne metody i narzędzia wizualizacji informacji. Sposoby graficznego przedstawiania danych statystycznych. Przegląd narzędzi wizualizacji informacji (np. Canva, Pikto-chart, Infogram, Ms Visio) – ćwiczenia. Dobór właściwych technik wizualizacji do zakładanych celów. Grafika w publikacjach naukowych (wykresy, rysunki, schematy, diagramy)	K_U04 K_U05 K_U06
16.	Prawne aspekty przetwarzania informacji	Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie i przypomnienie podstawowych informacji związanych z naukami prawnymi. Ochrona informacji w porządku prawnym RP. Udostępnianie informacji. Ochrona danych osobowych – kształtowanie się prawa do ochrony danych osobowych. Najważniejsze pojęcia w przepisach o ochronie danych osobowych. Przetwarzanie danych osobowych.	K_W08 K_U10 K_K04
17.	Humanistyka cyfrowa i automatyczne przetwarzanie danych	Zakres humanistyki cyfrowej (humanistyka sensu stricto, nauki społeczne, media). Geneza i cele humanistyki cyfrowej w Polsce i na świecie. Workflow (łańcuch produkcji) w humanistyce cyfrowej. Źródła danych dla humanistyki cyfrowej. Filozofia linked open data a humanistyka cyfrowa. Problemy organizacyjne, prawne i techniczne, związane z pozyskiwaniem danych. Pojęcia text- i data-mining. Rola metadanych i podstawowe schematy anotacji. Korpusy tekstów i wielkie bibliografie jako źródła danych badawczych. Otwarte dane publiczne jako źródła danych badawczych. Przegląd metod, stosowanych w humanistyce cyfrowej. Przegląd wybranych projektów humanistyki cyfrowej.	K_W01 K_W04 K_W06 K_U04
18.	Etyka zawodowa	Etyka – podstawowe pojęcia. Etyka zawodowa – wprowadzenie. Etyka komunikacji i etyka języka. Etyka w pracy wydawcy. Etyka w mediach masowych. Etyka biznesu. Etyczne problemy reklamy i promocji. Etyczne dylematy w relacjach zawodowych. Informacja jako wartość. Konflikty sumienia i konflikty interesów w pełnieniu ról zawodowych. Przegląd treści kodeksów etycznych wybranych grup zawodowych.	K_W08 K_U04 K_U09 K_K04
19.	Zarządzanie i marketing (W)	Podstawowe pojęcia marketingu: potrzeby, pragnienia, popyt, produkt, wartość, rynek. Podstawowe pojęcia z zakresu teorii zarządzania. Definicje gospodarki (rodzaje w porządku historycznym) i rynku (typy). Cechy gospodarki rynkowej opartej na wiedzy. Cechy informacji jako towaru. Prawa popytu i podaży, paradoksy rynku. 3 sektory – przedsiębiorstwa, instytucje i stowarzyszenia. Różne rozumienia marketingu. Cele, zakres i odmiany marketingu. Marketing a public relations. Marketing a reklama. Metody badań marketingowych (przed kampanią, w trakcie i po). Źródła danych marketingowych (dokument, ankiety, monitoring).	K_W01 K_W09 K_W06
20.	Zarządzanie i marketing (K)	Marketing, reklama a public relations w kontekście rynku informacji. Różne rodzaje planów marketingowych i elementy planu marketingowego. Cele marketingu produktów informacyjnych. Techniki prowadzenia kampanii marketingowej. Rozpoznawanie i analiza potrzeb grup docelowych dla produktów	K_W05 K_U02 K_U05 K_K05

		informacyjnych. Konstruowanie świadomości produktu, marki i potrzeb potencjalnych klientów. Badania marketingowe. Marketing-mix. Techniki skutecznej autoprezentacji i pozyskiwanie środków finansowych na rozwój (aniołowie biznesu, banki, programy wsparcia).	
21.	Transfer wiedzy do biznesu	Wprowadzenie (pojęcie innowacji, gospodarka oparta na wiedzy, definicja transferu technologii, potrzeby innowacyjne przedsiębiorstw, rola uczelni w tworzeniu innowacji). Uniwersytety przemysłowe/przedsiębiorcze (koncepcja, historia, organizacja. Źródła finansowania badań naukowych a cel działalności (środki publiczne i prywatne, podział środków). Współpraca nauki z biznesem (nawiązywanie kontaktów, formy współpracy: badania zlecone, wspólne inicjatywy, tworzenie spółek – <i>spin-off</i> i <i>spin-out</i> , patenty, licencje, know-how, programy nauczania, staże zawodowe). Komercjalizacja wyników badań naukowych i prac rozwojowych (specyfika dziedzinowa / dyscyplinarna; instytucje otoczenia biznesu: centra transferu technologii, parki technologiczne, inkubatory przedsiębiorczości; rodzaje komercjalizacji (bezpośrednia, pośrednia); stopień komercjalizacji; korzyści z komercjalizacji; zagrożenia wskutek nadmiernej orientacji rynkowej; ochrona innowacji. Przykłady współpracy badawczej.	K_U01 K_U03 K_W09 K_K05
22.	Język obcy	Język obcy na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.	K_U08
23.	Przedmiot do wyboru 1	Problematyka wybranych form lub typów publikacji mieszczących się w zakresie uniwersum piśmiennictwa. Analiza funkcji, wartości informacyjnych, walorów estetycznych w ujęciu historycznym i/lub współczesnym.	K_W05 K_U04 K_K02
24.	Przedmiot do wyboru 2	Wybrane kulturowe aspekty komunikacji z uwzględnieniem określonych warunkowań przestrzennych, czasowych, językowych, technologicznych.	K_W06 K_U05 K_K02
25.	Przedmiot do wyboru 3	Poszerzanie wiedzy i doskonalenie umiejętności w zakresie wybranych zjawisk związanych z funkcjonowaniem na współczesnym rynku pracy.	K_W09 K_U11 K_K01
26.	Przedmiot humanistyczny	Omówienie zagadnień dotyczących kultury współczesnej, kanonów literatury oraz poszerzenie horyzontów przyszłych pracowników sektora informacji.	K_W06 K_U04
Treści programowe specjalności			
Specjalność: Analityka danych			
1.	Systemy zarządzania informacją i sieciowe bazy danych	Systemy zarządzania informacją – problemy definicyjne, typologie. Oprogramowanie do zarządzania informacją odsyłającą. Zarządzanie informacją pełnotekstową. Systemy zarządzania treścią. Narzędzia na usługach informacji gospodarczej i biznesowej. Systemy i usługi informacji publicznej. Sieciowe bazy danych – przegląd i możliwości wykorzystania.	K_W05 K_U01 K_U09 K_K01

2.	Badania użytkowników informacji	Obszary badań użytkowników informacji. Potrzeby i zachowania uczestników procesów komunikacyjnych. Źródła wiedzy na temat rynku informacji. Metody, techniki i narzędzia badawcze. Etapy badań użytkowników informacji, pozyskiwanie, analiza danych i interpretacja wyników. Projekty badań użytkowników informacji.	K_W04 K_U01 K_K01 K_U05
3.	Big Data	Historia i rozwój Big Data. Architektura systemów Big Data. Przetwarzanie danych z wykorzystaniem metod tzw. nauki o danych (ang. Data Science). Najważniejsze projekty z zakresu Big Data. Wykorzystanie Big Data. Rola zasobów Big Data. Znaczenie wielkich zasobów danych dla rozwoju nauki.	K_W01 K_W02 K_W06 K_U01
4.	Ewaluacja działalności naukowej (W)	Podstawowe pojęcia (naukometria, bibliometria, informetria, parametryzacja nauki, ewaluacja jakości działalności naukowej itp.). Przyczyny i cele mierzenia i oceny dorobku naukowego. Początki parametryzacji nauki na świecie i w Polsce. Zasady ewaluacji jakości działalności naukowej w świetle aktualnych przepisów prawnych. Narzędzia parametrycznej oceny dorobku naukowego (wskaźniki i bazy danych). Wpływ ewaluacji działalności naukowej na aktywność: a) pracowników naukowych; b) jednostek uczelnianych (katedry, instytuty, wydziały); c) uczelni wyższych (państwowych i prywatnych); d) bibliotek akademickich; e) innych instytucji naukowych (np. PAN); f) wydawców; g) redakcji czasopism naukowych. Wady i zalety ilościowej oceny dorobku naukowego pracowników naukowych oraz jednostek naukowych. Sposoby jakościowej oceny pracowników nauki i jednostek naukowych.	K_W02 K_W08 K_U05
5.	Ewaluacja działalności naukowej (L)	Ewaluacja jakości działalności naukowej a konieczność dokumentowania dorobku naukowego. Zasady opracowania i dokumentowania informacji o dorobku naukowym w świetle aktualnych przepisów o ewaluacji jakości działalności naukowej. Ministerialne systemy dokumentowania i przetwarzania informacji o dorobku naukowym (POLON 2.0, PBN, SEDN, ZSUN OSF). Komercyjne/niezależne systemy dokumentowania i przetwarzania informacji o dorobku naukowym (ORCID, Google Scholar, ResearchGate i in.). Bazy publikacji pracowników naukowych uczelni wyższych (UWr, PWr). Opis publikacji w systemach dokumentacji i przetwarzania informacji o dorobku naukowym. Systemy UWr. Rodzaje publikacji naukowych w świetle rozporządzeń ministerialnych i zasady ich punktacji (ministerialne wykazy czasopism i wydawnictw, punktacja publikacji).	K_W04 K_W07 K_U01 K_U04
6.	Laboratorium z analityki danych	Wprowadzenie do analizy danych: a) Masowy przyrost publicznych danych; b) Potrzeby i cele analizy danych; c) Przykłady zastosowań analizy danych – infografiki oraz dziennikarstwo danych; d) Formatowanie i sposoby przechowywania danych (wejściowych i wyjściowych). Ocena źródeł danych: a) wiarygodność; b) dostępność; c) aktualność; d) weryfikacja źródeł danych. 3. Narzędzia analityczne: a) arkusze kalkulacyjne a specjalistyczne narzędzia do analizy danych; b) Tableau; c) Ms Power BI. 4. Narzędzia do wizualizacji danych w celu ich analizy: a) wykresy; b) mapy; c) infografiki.	K_W04 K_U02 K_U04 K_K04

7.	Semiotyka informacji wizualnej	Wstęp: informacja, komunikacja, komunikowanie, model komunikacyjny; semiotyka – definicja, historia, perspektywa badawcza; rodzaje znaków semiotycznych; znaki w komunikatach wizualnych – omówienie i interpretacja przykładów z perspektywy semiotycznej, refleksja nad dobrze i źle skonstruowanym komunikatem.	K_W01 K_W06 K_U01 K_K02
8.	Analityka danych – projekt	Przypomnienie informacji dotyczących wyszukiwania i analizy danych. Analiza przykładowych realizacji z zakresu dziennikarstwa danych (metoda <i>case study</i>). Zapoznanie się z zadaniem projektowym. Planowanie pracy analitycznej. Realizacja projektu.	K_U06 K_K05 K_U02
Specjalność: Cyfrowe dziedzictwo kultury			
1.	Wprowadzenie do cyfrowego dziedzictwa kultury	Dziedzictwo kulturowe a dziedzictwo cyfrowe – wymiary i definicje. Digitalizacja jako metoda ochrony i promowania dziedzictwa kulturowego. Typologia obiektów kulturowych i digitalizowanych zbiorów. Zasady opracowania zasobów cyfrowego dziedzictwa kultury. Metody długoterminowej archiwizacji. Metody upowszechniania cyfrowego dziedzictwa kultury. Kryteria dostępności zasobów kultury cyfrowej. Polskie programy wspierające cyfrowe dziedzictwo kultury. Przykłady projektów cyfrowego dziedzictwa kultury w Polsce i na świecie.	K_W07 K_K04 K_U04
2.	Zbiory specjalne w dziedzictwie kulturowym i cyfrowym (W)	Zbiory specjalne – definicja, terminologia polska i obca. Typologia zbiorów specjalnych (zbiory rękopiśmienne, stare druki, zbiory ikonograficzne, dokumenty życia społecznego, kartografia, muzykalia i inne). Instytucje gromadzące zbiory specjalne (GLAM; biblioteki, muzea, archiwa) – specyfika ich gromadzenia i przechowywania. Zbiory specjalne jako dobra kultury narodowej i światowej. Znaczenie historyczno-kulturowe najważniejszych rodzajów zbiorów specjalnych: rękopisy, stare druki, zbiory graficzne, dokumenty życia społecznego, kartografia. Rola cywilizacyjna archiwizacji i cyfrowego dziedzictwa zbiorów specjalnych. Metody i techniki zarządzania informacją zawartą w zbiorach specjalnych.	K_W02 K_U03 K_W05 K_U06
3.	Zbiory specjalne w dziedzictwie kulturowym i cyfrowym (K)	Informacja o zbiorach specjalnych – katalogi, przewodniki po zbiorach, opracowania naukowe. Tradycyjne i nowoczesne metody ich udostępniania (w oryginale, wystawy, wydawnictwa faksymilowe, kopie mikrofilmowe, kopie cyfrowe). Dostępność zbiorów specjalnych w wybranych instytucjach naukowych w Polsce – przegląd. Zbiory specjalne w wybranych bibliotekach cyfrowych – sposoby ich opracowania i udostępniania w Internecie. Digitalizacja zbiorów specjalnych na przykładzie wybranych bibliotek wrocławskich. Dostępność zbiorów specjalnych w sieci – metody i techniki wyszukiwania informacji o zasobach dawnych oraz ocena ich wartości kulturowej i społecznej.	K_W07 K_U03 K_K02
4.	Metadane zasobów cyfrowych instytucji GLAM	Przegląd kolekcji zasobów cyfrowych polskich i zagranicznych instytucji GLAM (internetowe galerie, biblioteki i repozytoria, archiwa). Struktura wybranych	K_W05 K_U05

		kolekcji cyfrowych. Typologia zasobów cyfrowych instytucji GLAM. Opis zasobów cyfrowych w formacie MARC 21. Opis zasobów cyfrowych w schemacie Dublin Core. Znaczenie opisu zasobów z punktu widzenia budowania Sieci Semantycznej (Linked Open Data, standard RDF).	K_K04
5.	Cyberkultura i netart	Cyberkultura: geneza, definicja, cechy. Netart – definicje, rodzaje, geneza. Kultura 2.0: sztuka nowych mediów i netart. Internet jako medium sztuki. Społeczeństwo sieci, informacjonizm, netokracja. Nowe formy uczestnictwa w kulturze. Wpływ nowych mediów na kształtowanie się cyberkultury. Cyberkultura jako miejsce przenikania się sztuki, technologii i nauki. Środowisko wirtualne a postmodernizm. Komunikacja CMC. Sztuka Internetu wobec tradycji artystycznej.	K_W02 K_U02 K_U04 K_K01
6.	Fandom	Kultura fanowska: wprowadzenie i definicje, kształtowanie się zjawiska fandomu, wpływ nowych mediów na rozwój kultury fanowskiej, charakterystyka twórczości fanowskiej: twórcy, odbiorcy, kultura prosumpcji; fanfiction – typologia, formy publikowania twórczości fanowskiej (crowdsourcing i selfpublishing), najpopularniejsze fandomy (społeczności i portale).	K_W04 K_U02 K_U05 K_K04
7.	Współuczestnictwo w kulturze cyfrowej	Sposoby komunikowania (język nowych mediów, kanały komunikacji, formy przekazu, cyfrowe rewolucje). Społeczności otwartej współpracy (bariery wejścia, zasady działania, oprogramowanie i licencje typu <i>open source</i> , korzyści i koszty współpracy). Cyfrowy rynek sztuki (nowomediaalni twórcy, narzędzia ekspresji artystycznej, wirtualne dzieła sztuki, kanały dystrybucji sztuki cyfrowej). Wybrane projekty kultury cyfrowej (indywidualne, zespołowe oraz instytucjonalne). Twórcy i odbiorcy kultury cyfrowej (budowanie tożsamości, tworzenie wartości).	K_W07 K_U03 K_K03
8.	Podaż kultury cyfrowej	Podaż kultury cyfrowej – definicje, charakterystyka zjawiska, główny kanał dystrybucji kultury cyfrowej, producenci i konsumenci kultury cyfrowej (na przykładzie m.in. e-pisarstwa, e-czytelnictwa), segmenty rynku kultury cyfrowej (kultura masowa i kultura niska; instytucje GLAM, gry wideo, nowe media), przyszłość rynku kultury cyfrowej.	K_W05 K_U01 K_K04