

OGÓLNY OPIS PROGRAMU STUDIÓW

Dane podstawowe	
Nazwa wydziału	Wydział Komunikacji Społecznej i Mediów
Nazwa kierunku studiów/specjalności w języku polskim	zarządzanie informacją / analityka danych; cyfrowe dziedzictwo kultury
Nazwa kierunku studiów/specjalności w języku angielskim	Information management / data analytics; digital cultural heritage
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Liczba semestrów	4
Język, w którym prowadzone są studia	język polski
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom	magister
Rok akademicki, od którego obowiązuje program studiów	2025/2026
Uzyskiwane uprawnienia zawodowe (jeśli dotyczy)	–
Koncepcja kształcenia	
Cele kształcenia, wskazanie związku koncepcji kierunku studiów ze Strategią Rozwoju UWr	Program Zarządzania informacją jest zgodny z czterema celami strategicznymi pracy uczelni wymienionymi w <i>Strategii Rozwoju Uniwersytetu Wrocławskiego na lata 2021-2030</i> w zakresie następujących zadań: - rozwój działalności badawczej, - nowoczesne i skuteczne kształcenie, - rozwój współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym, - rozwój systemowego zarządzania. Strategiczne cele uczelni są uwzględniane w konstrukcji programu studiów na kierunku Zarządzanie informacją (studia II stopnia). Studia gwarantują wszechstronne oraz gruntowne przygotowanie absolwenta kierunku do podjęcia pracy w różnych

	instytucjach działających w obszarze informacji i komunikacji publicznej, kultury, edukacji, nauki, administracji i biznesu i in. obszarach aktywności uwzględniających gromadzenie, opracowanie i udostępnianie dokumentów, zbiorów informacji oraz systemy informacyjne. W trakcie kształcenia u studentów pogłębia się zainteresowanie współczesnymi przemianami technologicznymi, społecznymi i kulturowymi związanymi z przełomem cyfrowym i rosnącą rolą rynku informacji we współczesnym świecie, w tym komercyjnych możliwości wykorzystania danych.
Sylwetka absolwenta	Absolwent kierunku uzyska tytuł magistra zarządzania informacją. Na rynku pracy będzie wysoko wykwalifikowanym specjalistą, posiadającym praktyczne umiejętności przetwarzania informacji oraz planowania, zarządzania, dystrybucji i wykorzystywania zasobów informacyjnych. Umiejętności te są obecnie przydatne wszędzie, a rynek pracy kształtowany przez technologie informacyjno-komunikacyjne potrzebuje specjalistów zarządzających informacją.

Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych prowadzenia studiów.	Intensywne wykorzystanie zasobów informacyjnych stanowi podstawę funkcjonowania różnego rodzaju przedsięwzięć gospodarczych. Zgodnie z koncepcją gospodarki opartej na wiedzy rosnące zapotrzebowanie na informacje określa kierunek rozwoju społecznego. Zgodne z efektami uczenia się cele kształcenia na kierunku zarządzanie informacją obejmują przygotowanie absolwenta do pracy z zasobami danych (m.in. w centrach informacji, agencjach marketingu i reklamy, kancelariach prawnych, firmach konsultingowych, ośrodkach badawczych, wydawnictwach) w celu wspomagania rozwoju przedsiębiorstw i instytucji, w których pozyskiwanie i przetwarzanie informacji odgrywa podstawową rolę.
Dziedzina(y) nauki, do której(ych) odnoszą się efekty uczenia się	dziedzina nauk społecznych
Dyscyplina(y) naukowa(e), do której(ych) odnoszą się efekty uczenia się	nauki o komunikacji społecznej i mediach

PROGRAM STUDIÓW

Nazwa wydziału	Wydział Komunikacji Społecznej i Mediów
Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie informacją
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Program obowiązuje od roku akademickiego	2025/2026

1. Przyporządkowanie kierunku studiów do dziedzin nauki i dyscyplin naukowych na podstawie efektów uczenia się

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Dyscyplina wiodąca (dyscyplina, w której uzyskiwana jest ponad połowa efektów uczenia się)
Dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach	---

2. Tabela procentowego udziału liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów

Dziedzina nauki	Dyscyplina naukowa	Procentowy udział liczby punktów ECTS dla poszczególnych dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów
Dziedzina nauk społecznych	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100%

3. 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	63
Łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi uzyskać w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	120/128 (dotyczy cudzoziemców)
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)	889, w tym analityka danych – 165 889, w tym cyfrowe dziedzictwo kultury – 165

4. 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 po uzyskaniu kwalifikacji pełnej na poziomie 4.

KIERUNEK: Zarządzanie informacją		
DYSCYPLINY NAUKOWE: nauki o komunikacji społecznej i mediach		
POZIOM KSZTAŁCENIA: 7 PRK		
PROFIL KSZTAŁCENIA: ogólnoakademicki		
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU		
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	Student ma pogłębioną wiedzę o stanie i znaczeniu nauk o komunikacji społecznej i mediach, zwłaszcza w obszarze badań nad informacją, o ich przynależności do obszaru nauk społecznych, specyfice przedmiotowej i metodologicznej, tendencjach rozwojowych i kierunkach badawczych	P7S_WG
K_W02	Student zna na poziomie rozszerzonym 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	Student ma szczegółową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju, współczesnych dokonaniach oraz ośrodkach badawczych nauk o komunikacji społecznej i mediach	P7S_WG
K_W04	Student ma uporządkowaną, pogłębioną, wyspecjalizowaną wiedzę szczegółową z zakresu zarządzania informacją i informatologii, dotyczącą w szczególności: społecznej roli informacji i dokumentu; komunikacji tradycyjnej i cyfrowej; współczesnych strategii, aspektów prawnych oraz 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	Student zna na poziomie rozszerzonym metody, techniki i narzędzia analizy, ewaluacji i prezentowania danych i informacji właściwe dla nauk społecznych	P7S_WG
K_W06	Student ma rozszerzoną wiedzę o powiązaniach zarządzania informacją i informatologii z innymi dyscyplinami naukowymi, pozwalającą na integrowanie perspektyw różnych dyscyplin	P7S_WG

	naukowych i interdyscyplinarne podejście do problemów	
K_W07	Student ma pogłębioną wiedzę o funkcjonowaniu współczesnego społeczeństwa w kontekście rozwoju cyfrowego i rozumie fundamentalne dylematy związane z funkcjonowaniem informacji w dobie przełomu cyfrowego	P7S_WG, P7S_WK
K_W08	Student ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz zna prawne i etyczne aspekty zarządzania zasobami własności intelektualnej, funkcjonowania instytucji informacji, działalności zawodowej związanej z zarządzaniem informacją	P7S_WK
K_W09	Student zna metody i podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	P7S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Student 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	Student potrafi wykorzystywać pogłębione 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	Student 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	Student potrafi integrować wiedzę z różnych – złożonych i nietypowych - 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	Student 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	Student 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 lub praktyką w obszarze zarządzania informacją, stosując odpowiednią specjalistyczną terminologię	P7S_UK
K_U07	Student posiada pogłębioną umiejętność pisania prac akademickich, z wykorzystaniem różnych źródeł i ujęć teoretycznych, z poprawnie skonstruowanym aparatem pomocniczym publikacji naukowych	P7S_UK
K_U08	Student 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	Student 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	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie jako warunku powodzenia na rynku pracy, potrafi planować uzupełnianie i aktualizowanie swoich kompetencji zawodowych; jest otwarty na nowe poglądy oraz idee i potrafi poddawać je krytycznej weryfikacji, a także ukierunkowywać innych w tym zakresie	P7S_UU
K_U11	Potrafi komunikować się przynajmniej w jednym nowożytnym języku obcym na poziomie biegłości B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	Student 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	Student uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w działalności informacyjnej	P7S_KK
K_K03	Student jest gotów do przyjęcia zobowiązań społecznych związanych z efektywnym zarządzaniem informacją oraz uczestnictwa w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego	P7S_KO
K_K04	Student prawidłowo rozstrzyga dylematy związane 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	Student jest gotów do myślenia i działania 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

5. 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. Informacjonizm, datafikacja, dataizm. Etapy czwartej rewolucji technologicznej. Rola danych i informacji w rozwoju społecznym na przykładzie trzeciej i czwartej rewolucji przemysłowej. Komodyfikacja informacji. Nowe źródła informacji. Znaczenie danych i informacji dla rozwoju gospodarki opartej na wiedzy. Kapitalizm informacyjny i inwigilacyjny rozwijany przez GAMAM. Rozwój systemów informacyjnych i cyberprzestrzeń. Zagrożenia wynikające z procesów cyfryzacji. Transhumanizm.	K_W04 K_W07 K_U06 K_K03
2.	Teorie informacji	Informacja i jej własności. Rodzaje i typy informacji wg treści, formy przekazu, dostępności. Jakość informacji i jej różnorodność. Funkcje i interpretacja informacji. Informacja a dezinformacja. Teorie i koncepcje informacji w aspekcie ilościowym (wg Shannona), jakościowym (wg Mazura), znaczeniowym (wg Carnapa i Bar-Hillela) i wartościowym (wg Cramera). Asymetria informacji (wg Akerlof, Spence, Stiglitz). Koncepcja informacji w ujęciu infologicznym. Teoretyczne i praktyczne aspekty działalności informacyjnej wg informatologii (wg Dembowska, Cisek).	K_W04 K_W06 K_U04 K_K04
3.	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 piśmiennej 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

4.	Statystyka	Podstawowe 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
5.	Programy do przetwarzania danych (Excel)	Charakterystyka oprogramowania Microsoft Excel. Zasady pracy z formularzami i tabelami, zarządzanie zeszytami. Wybrane formuły matematyczne, statystyczne i logiczne. Wybrane funkcje tekstowe oraz funkcje daty i czasu. Wykresy – tworzenie i dobieranie do typów danych. Analiza danych za pomocą tabel przestawnych	K_W05 K_U02 K_U09 K_K02
6.	Prawne aspekty działalności informacyjnej	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_K04
7.	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
8.	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
9.	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
10.	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

11.	Wprowadzenie do AI	Historia koncepcji i badań nad sztuczną inteligencją i uczeniem maszynowym. Rozwój współczesnych narzędzi komputerowych symulujących działania inteligentne i ich zastosowania (sieci neuronowe, modele językowe, automatyzacja tłumaczeń, generatory treści, rozpoznawanie i analiza obrazów/mowy/pisma, eksploracja danych, systemy eksperckie i in.). Etyczne, społeczne, ekonomiczne i prawne aspekty wykorzystania i rozwoju technik AI. Perspektywy rozwoju i nowych implementacji rozwiązań AI	K_W04 K_W06 K_W07 K_W08
12.	Generatywne narzędzia AI	Przegląd otwartych i komercyjnych aplikacji generujących treści tekstowe, obrazy, głos, filmy i inne dane (aplikacje, modele 3d). Praktyczne zastosowania narzędzi generatywnych AI w działalności kreatywnej, nauce, edukacji i biznesie. Formułowanie efektywnych zapytań (ang. prompt) do generatorów różnego typu. Wybrane zagadnienia szkolenia modeli AI i uczenia maszynowego. Ograniczenia, problemy i błędy związane z działaniem narzędzi generatywnych	K_U01 K_U03 K_K04
13.	Logika i krytyczne myślenie	Przedmiot logiki. Klasyczny rachunek zdań. Definiowanie - rodzaje definicji, błędy w definiowaniu. Funkcje wypowiedzi. Charakterystyka rozumowania. Typy rozumowań (wnioskowań). Błędy w rozumowaniu. Testowanie hipotez: weryfikacja vs. falsyfikacja. Myślenie krytyczne – definicje, podstawowe pojęcia. Formy myślenia oraz uwarunkowania myślenia. Poprawność myślenia a źródła wiedzy. Fakty, opinie, sądy, przekonania. Rodzaje argumentów i ich zastosowanie. Sztuka zadawania pytań. Dyskusja: zasady i rodzaje. Pułapki dyskusji. Podstawowe zabiegi erystyczne. Gry i zabawy logiczne	K_U01 K_U02 K_K01 K_K02
14.	Sieciowe zasoby informacji	Wartość informacyjna baz bibliograficznych (katalogi biblioteczne, multikatalogi, katalogi centralne, bibliografie specjalne). Bazy faktograficzne (np. GUS, POL-on, Zabytek.pl) Źródła pełnotekstowe – biblioteki i repozytoria cyfrowe, bazy Open Access. Ocena i właściwy dobór zasobów do konkretnych problemów	K_W04 K_U01 K_U02 K_K04
15.	Zarządzanie bazą danych (Access)	Wprowadzenie do projektowania baz danych. Terminologia dotycząca architektury baz danych. Relacyjne bazy danych oraz ich obiekty. Podstawowe i zaawansowane funkcje programu Microsoft Access. Projektowanie bazy danych. Tabele (tworzenie tabel, typy danych w tabelach, zmiana projektu tabeli, określanie klucza głównego, indeksowanie tabel, operacje na tabelach). Stworzenie relacji między danymi. Projektowanie kwerend oraz formularzy i raportów. Projekt własnej bazy danych	K_W05 K_U01 K_U02 K_K02
16.	Zarządzanie projektami	Istota i fazy projektu. Tworzenie projektu. Komunikacja w projekcie. Główne problemy w zarządzaniu projektem	K_W02 K_U09 K_K05

17.	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
18.	Bezpieczeństwo i ochrona danych	Źródła prawa zajmujące się zagadnieniem min. Konstytucja, RODO, Dyrektywa NIS2, Ustawa o krajowym systemie cyberbezpieczeństwa, itp. Czym jest bezpieczeństwo danych. Zarządzanie bezpieczeństwem danych. Ochrona danych w sieci. Cyberprzestępczość i metody przejmowania danych. Bezpieczeństwo danych i kont. Bezpieczeństwo danych osobowych. Główne źródła zagrożeń danych. Wycieki danych - przejęcie danych przez osoby nieupoważnione	K_W08 K_U10 K_K04
19.	Wizualizacja danych (W)	Historia rozwoju metod i technik wizualizacji danych ilościowych oraz jakościowych. Cele i funkcje wizualizacji informacji. Zastosowania wizualizacji w nauce, edukacji, przemyśle, biznesie i analityce danych. Relacje między danymi, informacjami i ich graficznymi reprezentacjami. Zagadnienia ludzkiej percepcji wzrokowej (psychologia Gestalt, neuroestetyka, psychofizyka bodźców wzrokowych). Accessibility design w wizualizacji danych. Manipulacja za pomocą wizualizacji danych	K_W04 K_W05 K_W06
20.	Wizualizacja danych (L)	Przegląd współczesnych metod i narzędzi wizualizacji danych jakościowych i ilościowych. Sposoby graficznego przedstawiania danych statystycznych i pomiarowych. Wizualizacja procesów i systemów - wybrane modele i notacje wizualne stosowane w przemyśle, biznesie i projektowaniu (Diagramy Gantta, ANSI/ISO Flow Chart, UML, BPMN). Rola wizualizacji w architekturze informacji (diagramy relacji encji, schematy baz i przepływu danych). Przetwarzanie treści werbalnych do postaci wizualnej i wizualizacja struktur logicznych (hierarchii, relacji, wyników). Zagadnienia estetyki i dostępności w projektowaniu wizualizacji (zastosowanie zasad typografii, projektowania graficznego, uwzględnianie ograniczeń i specjalnych potrzeb odbiorców). Ćwiczenia w oparciu o wybrane narzędzia do wizualizacji informacji (np. MS Excel, RAWGraph, MS Visio, Draw.io, Flourish.studio, Datawrapper, Infogram, DrawSQL, Adobe Illustrator)	K_U04 K_U06 K_K01 K_K02
21.	Wprowadzenie do programowania w języku Python	Elementy języka Python. Metody pobierania i przetwarzania danych oraz wypisywania/zapisywania wyników. Tworzeniu kodu z instrukcjami warunkowymi i pętlami. Funkcje dostępne w języku Python	K_W05 K_W06 K_U04
22.	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	K_W07 K_U09 K_K01

		treściową). Sposoby gromadzenia, przechowywania, przetwarzania i udostępniania informacji (dziedziny i instytucjonalne repozytoria publikacji i danych badawczych, bazy dorobku pracowników sektora nauki, platformy dostępu do zasobów naukowych, np. Most Wiedzy, AZON2.0, Polska Platforma Medyczna). Podstawy zarządzania danymi badawczymi.	
23.	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 w instytucjach i organizacjach w sektorze kultury.	K_U03 K_U09 K_U06 K_K01
24.	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
25.	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
26.	Komunikacja w biznesie	Specyfika komunikacji w biznesie. Modele i zasady skutecznej komunikacji. Proces komunikacji. Kanały komunikacji. Komunikacja formalna i nieformalna. Komunikacja werbalna i niewerbalna. Komunikacja wewnętrzna i jej rola w firmie. Komunikacja z klientami. Komunikacja wizerunkowa. Kompetencja komunikacyjna. Bariery komunikacyjne i sposoby ich przewyższania. Różnice kulturowe i międzypokoleniowe w komunikacji biznesowej. Komunikacja w sytuacjach kryzysowych. Techniki manipulacji i wywierania wpływu	K_W04 K_U05 K_U09 K_K03
27.	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,	K_U01 K_U03 K_W09 K_K05

		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	
28.	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
29.	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. Na przykład: Estetyka publikacji (W, 15 h)	K_W05 K_U04 K_K02
30.	Przedmiot do wyboru 2	Wybrane kulturowe aspekty komunikacji z uwzględnieniem określonych uwarunkowań przestrzennych, czasowych, językowych, technologicznych. Na przykład: Rozwój nauki i komunikacji naukowej na Dolnym Śląsku po 1945 roku (W, 15 h)	K_W06 K_U05 K_K02
31.	Przedmiot do wyboru 3	Poszerzanie wiedzy i doskonalenie umiejętności w zakresie wybranych zjawisk związanych z funkcjonowaniem na współczesnym rynku pracy. Na przykład: Podstawy prawa w biznesie (W, 15 h)	K_W09 K_U11 K_K01
32.	Przedmiot humanistyczny	Omówienie zagadnień dotyczących kultury współczesnej, kanonów literatury oraz poszerzenie horyzontów przyszłych pracowników sektora informacji	K_W06 K_U04
33.	Język obcy	Zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	K_U011
Treści programowe specjalności			
Analityka danych			

1.	Analiza danych w biznesie	Wprowadzenie do analizy danych. Masowy przyrost publicznych danych. Potrzeby i cele analizy danych. Przykłady zastosowań analizy danych – infografiki oraz dziennikarstwo danych. Formatowanie i sposoby przechowywania danych (wejściowych i wyjściowych). Ocena źródeł danych. Narzędzia analityczne: arkusze kalkulacyjne a specjalistyczne narzędzia do analizy danych (Tableau, Ms Power BI).	K_W04 K_U02 K_U04 K_K04
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.	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
5.	Otwarte systemy zarządzania treścią (CMS)	Wprowadzenie do systemów CMS - charakterystyka, typy systemów zarządzania treścią i ich zastosowania. Przegląd otwartych systemów zarządzania treścią, ze szczególnym uwzględnieniem: systemów blogowych (np.: Wordpress, Joomla, Drupal, Ghost), systemów typu Wiki (np.: Mediawiki, Wikidot, Wiki.js, DokuWiki, XWiki), systemów zarządzania kolekcjami cyfrowymi (np.: Omeka, CollectiveAccess, Argus) oraz platform edukacyjnych (np.: Moodle, Open edX, Canvas LMS, Chamilo). Crowdsourcing w tworzeniu i zarządzaniu treścią (narzędzia cyfrowe do tworzenia archiwów społecznościowych - np.: Curatescape, Mukurtu CMS, Otwarty System Archiwizacji OSA).	K_U09 K_U01 K_K03
6.	Zarządzanie danymi badawczymi (W)	Wprowadzenie do otwartej nauki. Definicja danych badawczych. Zasady FAIR. Prawne aspekty zarządzania danymi badawczymi i ich udostępniania. Problematyka przechowywania danych i ich długoterminowego udostępniania (metadane, formaty danych, zasady archiwizacji, repozytoria danych badawczych). Plany zarządzania danymi badawczymi (PZD). Rola data stewardów w zarządzaniu danymi badawczymi na uczelni.	K_W04 K_W05
7.	Zarządzanie danymi badawczymi (L)	Otwarta Nauka i zasady otwartego publikowania. Zasady FAIR. Otwartość danych badawczych. Problematyka danych badawczych różnych dyscyplin. Plany Zarządzania Danymi w praktyce (dostępne narzędzia, instrukcje).	K_U03 K_U04 K_K04

8.	Zarządzanie bazą danych w SQL	Problematyka projektowania oraz wykorzystania sieciowych baz danych. Zasady analizy danych, reguły ustalania postaci formalnych oraz projektowania bazy danych. Przygotowanie struktury przykładowej relacyjnej bazy danych, stworzenie odpowiednich tabel, relacji oraz obiektów. Zapoznanie z sieciowymi interfejsami systemów bazodanowych. Tworzenie przykładowych baz danych. Operacje na danych. Projekt własnej sieciowej bazy danych.	K_W04 K_U01 K_U02 K_K02
9.	Analityka danych – projekt	Analiza wybranych projektów z zakresu przetwarzania danych w instytucjach publicznych i komercyjnych oraz dziennikarstwa danych (metoda <i>case study</i>). Planowanie i realizacja własnego projektu.	K_U06 K_K05 K_U02
Cyfrowe dziedzictwo kultury			
1.	Cyfrowe dziedzictwo 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, standard IIIF, narzędzia do automatycznej transkrypcji zdigitalizowanych materiałów (Translab). 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.	Zarządzanie informacją w przemyśle kreatywnym	Źródła danych w przemyśle kreatywnym. Poszukiwanie informacji o podmiotach rynkowych, prawach własności intelektualnej itp. Źródła danych o finansowaniu, możliwościach pozyskiwania środków, grantach publicznych	K_W04 K_U01 K_K02

		i prywatnych. Bezpieczeństwo informacji w sektorze kreatywnym.	
5.	Metadane zasobów cyfrowych instytucji GLAM	Przegląd kolekcji zasobów cyfrowych polskich i zagranicznych instytucji GLAM (internetowe galerie, biblioteki i repozytoria, archiwa). Struktura wybranych kolekcji cyfrowych. Typologia zasobów cyfrowych instytucji GLAM. Opis zasobów cyfrowych w schemacie Dublin Core. Znaczenie opisu zasobów z punktu widzenia budowania Sieci Semantycznej (Linked Open Data, standard RDF).	K_W05 K_U05 K_K04
6.	Cyberkultura i netart	Cyberkultura jako nowy paradygmat kultury: geneza, definicja, cechy. Syntopia technologii, kultury i nauki. Trzecia kultura, Kultura 2.0: sztuka nowych mediów i netart – definicje, rodzaje, geneza. Internet jako medium sztuki. Wpływ nowych mediów na kształtowanie się cyberkultury. Nowe formy uczestnictwa w kulturze. Cyborgizacja. Cyberkultura jako interpretacja współczesnego świata.	K_W02 K_U02 K_U04 K_K01
7.	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
8.	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 (nowomiedialni 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
9.	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

6. Plan studiów

Rok studiów: I

Semestr: pierwszy

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Przemysł informacji i wiedzy	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Teorie informacji	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zarządzanie informacją w naukach o komunikacji społecznej i mediach	O				30		30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Prawne aspekty działalności informacyjnej	O	30					30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Statystyka	O				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Programy do przetwarzania danych (Excel)	O					30	30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Seminarium magisterskie	OzW			30			30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Przedmioty w ramach specjalności***: Analityka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW	15/45			30/15	30/15	75/75	Zo	6	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach

Przedmiot humanistyczny*****	OzW	30			30	30	30	Zo/E	3	literaturoznawstwo / językoznawstwo	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Obowiązkowe szkolenie BHP oraz ochrony ppoż. (e-learning)	O					4	4	Zal.	0		Dział Bezpieczeństwa i Higieny Pracy oraz Ochrony Przeciwpożarowej
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		105/135		30	105/90	94/79	274		30		

Lektorat języka polskiego dla cudzoziemców - zgodnie z zarządzeniem Rektora (nr 158/2020) wszystkich studentów studiujących w języku polskim obowiązuje lektorat języka polskiego zakończony egzaminem (ustnym i pisemnym) na poziomie B2.

Semestr: drugi

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Sieciowe zasoby informacji	O					15	15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Wprowadzenie do AI	O	15					15	E	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Generatywne narzędzia AI						15	15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Logika i krytyczne myślenie	O				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Seminarium magisterskie	OzW			30			30	Zo	6	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zarządzanie projektami	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach

Zarządzanie bazą danych (Access)	O					30	30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zarządzanie informacją	O	30					30	E	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Przedmioty w ramach specjalności***: Analityka danych/Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW	15/15			0/15	30/15	45	Zo/E	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Język obcy*****	OzW					60	60	Zo	0		Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		60/60		30	30/45	150/135	270		30		

Rok studiów: II

Semestr: trzeci

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Bezpieczeństwo i ochrona danych	O	15					15	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Wizualizacja danych	O	15				30	45	Zo/Zo	2/3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Wprowadzenie do programowania w języku Python						30	30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach

Seminarium magisterskie	OzW			30			30	Zo	6	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Język obcy (wpis - poziom biegłości języka B2+)	OzW						0	E	4		Studium Praktycznej Nauki Języków Obcych
Przedmiot humanistyczny****	OzW						30	E/Zo	2	literaturoznawstwo / językoznawstwo	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Przedmiot do wyboru*****	OzW						15	E/Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Uniwersytet Wrocławski
Przedmioty w ramach specjalności***: analityka danych/cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW				0/45	45/0	45/45	E/Zo	5	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		30		30	0/45	105/60	210		30		

Semestr: czwarty

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Etyka zawodowa	O				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Komunikacja w biznesie	O				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zarządzanie informacją w sektorze nauki // Zarządzanie informacją	OzW				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach

w sektorze kultury											
Seminarium magisterskie	OzW			30			30	Zo	14	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Transfer wiedzy do biznesu	O				15		15	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Translatorium specjalistyczne	O				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Humanistyka cyfrowa i automatyczne przetwarzanie danych	O					30	30	Zo	4	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS				30	75	30	135				

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

** Forma zajęć: W – wykład, Ć – ćwiczenia, S – seminarium, K – konwersatorium, Inne – laboratoria komputerowe, warsztaty lub lektoraty

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

****Ofertę przedmiotów humanistycznych oraz do wyboru dla studentów przygotowuje Instytut Nauk o Informacji i Mediach.

*****Język obcy (student rozpoczynający lektorat powinien reprezentować poziom B2 biegłości językowej)

Specjalność: analityka danych

Rok studiów: I

Semestr: pierwszy

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punk ty ECT S	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Analiza danych w biznesie	OzW					30	30	Zo	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Badania użytkowników informacji	OzW				15		15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Big Data	OzW				15		15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Semiotyka informacji wizualnej	OzW	15					15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		15			30	30	75		6		

Semestr: drugi

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punk ty ECT S	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Zarządzanie danymi badawczymi	OzW	15				15	30	Zo	1/2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Otwarte systemy zarządzania treścią (CMS)	OzW					15	15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		15				30	45		5		

Rok studiów: II**Semestr: trzeci**

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punk ty ECT S	Dyscyplina(y), do której(ych) 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 Informacji i Mediach

Zarządzanie bazą danych w SQL	OzW					15	15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS						45	45		5		

Specjalność: cyfrowe dziedzictwo kultury

Rok studiów: I

Semestr: pierwszy

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punkty ECTS	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Cyfrowe dziedzictwo kultury	OzW	30					30	E	3	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zbiory specjalne w dziedzictwie kulturowym i cyfrowym	OzW	15			15		30	Zo	1/1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Zarządzanie informacją w przemyśle kreatywnym	OzW					15	15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		45			15		75		6		

Semestr: drugi

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punk ty ECT S	Dyscyplina(y), do której(ych) odnosi się przedmiot	Jednostka organizacyjna realizująca zajęcia
		W	Ć	S	K	Inne	Suma				
Metadane zasobów cyfrowych instytucji GLAM	OzW					15	15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Cyberkultura i netart	OzW	15					15	E	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
Fandom	OzW				15		15	Zo	1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS		15			15	15	45		5		

Rok studiów: II**Semestr: trzeci**

Nazwa przedmiotu/zajęć	O/W / OzW *	Forma zajęć** Liczba godzin zajęć						Sposób weryfikacji efektów uczenia się	Punk ty ECT S	Dyscyplina(y), do której(ych) 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 Informacji i Mediach

Podaż kultury cyfrowej	OzW				15		15	Zo	2	nauki o komunikacji społecznej i mediach	Instytut Nauk o Informacji i Mediach
SUMA godzin zajęć/punktów ECTS					45		45		5		

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

** Forma zajęć: W – wykład, Ć – ćwiczenia, S – seminarium, K – konwersatorium, Inne – laboratoria komputerowe, warsztaty lub lektoraty