

**PROGRAM STUDIÓW - Część A**

**I INFORMACJE OGÓLNE**

1. Nazwa jednostki prowadzącej kierunek: Wydział Filologiczny, Wydział Pedagogiki i Psychologii
2. Nazwa kierunku: Kulturoznawstwo
3. Oferowane specjalności: Reklama i public relations
4. Poziom kształcenia: Studia pierwszego stopnia
5. Profil kształcenia: Ogólnoakademicki
6. Forma studiów: Stacjonarne
7. Liczba semestrów: 6
8. Łączna liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia: 180
9. Łączna liczba godzin dydaktycznych: 1800
10. Program uchwalony na posiedzeniu RW w dniu 25.05.2017 r. - Wydział Pedagogiki i Psychologii, 30.05.2017 r. - Wydział Filologiczny, obowiązuje od roku akademickiego: 2017/2018

**II MODUŁY KSZTAŁCENIA**

Moduły ( kod modułu: MK_1 oraz nazwa modułu)	Efekty kształcenia Wiedza Umiejetności Kompetencje społeczne ( symbole )	Metody kształcenia oraz Sposoby weryfikacji	Przedmioty/moduły	liczba punktów ECTS za przedmiot/moduł	WSKAZNIKI ILOŚCIOWE - Punkty ECTS w ramach zajęć:						
					wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów	z zakresu nauk podstawowych właściwych dla danego kierunku studiów, do których odnoszą się efekty kształcenia dla danego kierunku, poziomu i profilu kształcenia	o charakterze praktycznym	z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych (min. 5 pkt ECTS) - dla kierunków z innych obszarów nauk *	z języka obcego (lektorat)	z praktyk zawodowych	do wyboru
MK_1 MODUŁ 1 Przedmioty kształcenia ogólnego	K_W04, K_W06, K_W07, K_W12, K_U01, K_U02, K_U09, K_U10, K_U12, K_U15, K_U18, K_U19, K_K01, K_K04, K_K05, K_K06	Ćwiczenia laboratoryjne, prezentacja, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów pracy zespołowej, egzamin ustny lub pisemny, zaliczenie ustne lub pisemne, kolokwium, test kontrolny	Język obcy cz. I	3,0	2,5		1,2	3,0			
			Język obcy cz. II	3,0	2,5		1,6	3,0			
			Technologia informacyjna **	1,0	0,8		0,5				
			Wychowanie fizyczne/zajęcia alternatywne								
			Ochrona własności intelektualnej **	1,0	0,2		0,8				
<b>suma</b>				<b>8,0</b>	<b>6,0</b>	<b>0,0</b>	<b>4,1</b>	<b>0,0</b>	<b>6,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>

MK_2 MODUL 2 Przedmioty humanistyczne i społeczne	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_W11, K_W13, K_W15 K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_U09, K_U10, K_U13, K_U14, K_U15, K_U17, K_U18, K_U19, K_K01, K_K03, K_K05, K_K07, K_K09	Wykład, ćwiczenia, projekty i ćwiczenia praktyczne / laboratoryjne, referat, esej, prezentacja, praca semestralna, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów pracy zespołowej, egzamin ustny lub pisemny, zaliczenie ustne lub pisemne, kolokwium, test kontrolny	Wstęp do filozofii	2,0	1,4	2,0	1,0				
			Historia filozofii	2,0	1,4	2,0	1,4				
			Antropologiczne podstawy kulturoznawstwa	4,0	2,2	4,0	3,2				
			Mitologie europejskie	4,0	2,8	4,0	3,2				
			Socjologia kultury **	3,0	1,4	3,0	2,4				
			Logika i semiotyka kultury	2,0	1,4	2,0	1,4				
			Literatura i kultura krajów sąsiednich	3,0	2,0	3,0	1,6				
			Historia sztuki	5,0	3,4	5,0	2,4				
			Historia kultury	5,0	3,0	5,0	2,4				
			Metodologia badań kulturoznawczych	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Podstawy komunikacji międzykulturowej	2,0	0,8	2,0	1,2				
			Komunikacja kulturowa	3,0	2,0	3,0	2,0				
			Kulturowe konteksty historii literatury	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Język a kultura	3,0	1,6	3,0	1,4				
			<b>suma</b>	<b>44,0</b>	<b>26,6</b>	<b>44,0</b>	<b>26,4</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
MK_3 MODUL 3 Przedmioty kulturoznawcze	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_W13, K_W14, K_W15, K_W16, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_U11, K_U12, K_U13, K_U15, K_U16, K_U17, K_U18, K_U19, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K06, K_K07, K_K08, K_K09	Wykład, warsztaty, projekty i ćwiczenia praktyczne / laboratoryjne, referat, esej, prezentacja, praca semestralna, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów pracy zespołowej, egzamin ustny lub pisemny, zaliczenie ustne lub pisemne, kolokwium, test kontrolny	Teatr i widowiska	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Kultura Podlasia	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Problemy kultury popularnej	1,0	0,8	1,0	0,7				
			Życie kulturalne	2,0	1,1	2,0	1,2				
			Film w kulturze	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Teoria kultury	5,0	2,3	5,0	2,7				
			Słowo w kulturze	3,0	1,6	3,0	1,4				
			Kultura audiowizualna	5,0	2,9	5,0	2,6				
			Warsztaty: dziennikarskie, teatralne, fotograficzne, filmowe, etnograficzne	2,0	1,4	2,0	1,2				2,0
			Teoria kultury współczesnej	2,0	1,2	2,0	0,9				
			Muzyka w kulturze	3,0	1,6	3,0	1,3				
			Problemy organizacji kultury w Zjednoczonej Europie	3,0	1,5	3,0	1,6				
			Formy animacji kultury	3,0	1,6	3,0	2,0				
			Diagnostyka potrzeb kulturalnych	2,0	1,0	2,0	1,0				
			Metody analizy i interpretacji dzieła: filmowego, plastycznego, teatralnego, literackiego	3,0	1,6	3,0	1,4				3,0
			Zarządzanie i marketing w instytucjach kultury **	2,0	1,4	2,0	1,4				
			<b>suma</b>	<b>45,0</b>	<b>24,8</b>	<b>45,0</b>	<b>23,6</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>5,0</b>

MK_4 MODUL 4 Przedmioty specjalnościowe - Reklama i public relations	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_W07, K_W08, K_W09, K_W10, K_W11, K_W12, K_W13, K_W14, K_W15, K_W16, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U07, K_U08, K_U09, K_U10, K_U11, K_U12, K_U13, K_U14, K_U15, K_U16, K_U17, K_U18, K_U19, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K06, K_K07, K_K08, K_K09	Wykład, ćwiczenia, projekty i ćwiczenia praktyczne / laboratoryjne, esej, referat, prezentacja, praca semestralna, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów pracy zespołowej, egzamin ustny lub pisemny, zaliczenie ustne lub pisemne, kolokwium, test kontrolny	Teoria i historia reklamy	3,0	1,4	3,0	2,4				3,0
			Podstawy marketingu	2,0	1,4	2,0	1,6				2,0
			Komunikowanie wizualne w reklamie i public relations	2,0	1,0	2,0	1,0				2,0
			Antropologia kultury w badaniach marketingowych	1,0	0,8	1,0	0,8				1,0
			Teoria i historia public relations	3,0	1,4	3,0	2,4				3,0
			Muzyka w reklamie	1,0	0,8	1,0	0,8				1,0
			Socjologia w badaniach marketingowych **	1,0	0,8	1,0	0,8				1,0
			Psychologia w badaniach marketingowych **	1,0	0,8	1,0	0,8				1,0
			Praktyczna stylistyka języka polskiego	2,0	1,1	2,0	1,0				2,0
			Media w Polsce	3,0	1,6	3,0	1,8				3,0
			Seminarium warsztatowe - public relations	2,0	1,3	2,0	1,6				2,0
			Seminarium warsztatowe - reklama	2,0	1,3	2,0	1,6				2,0
			Retoryka i erystyka	2,0	0,8	2,0	1,0				2,0
			Prawo prasowe i autorskie	2,0	1,0	2,0	1,2				2,0
			<b>suma</b>			<b>27,0</b>	<b>15,5</b>	<b>27,0</b>	<b>18,8</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>
MK_5 MODUL 5 Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych ***	K_W02, K_W10, K_W11, K_U06, K_U07, K_U11, K_U17, K_K01, K_K06	Konwersatorium, projekty i ćwiczenia praktyczne, esej, referat, prezentacja, praca semestralna, ocena aktywności w trakcie zajęć, ocena efektów pracy zespołowej, zaliczenie ustne lub pisemne, kolokwium, test kontrolny	Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (w języku angielskim z zakresu historii kultury lub w języku polskim z zakresu medjoznawstwa)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu medjoznawstwa lub sztuki)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu komunikacji kulturowej lub antropologii kultury)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu sztuki lub literaturoznawstwa)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu medjoznawstwa lub komunikacji kulturowej)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu religioznawstwa lub antropologii kultury)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu filozofii kultury lub komunikacji kulturowej)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu medjoznawstwa lub sztuki)	3,0	1,8		1,2				3,0
			Konwersatorium (z zakresu antropologii kultury lub historii kultury)	3,0	1,8		1,2				3,0
<b>suma</b>			<b>30,0</b>	<b>18,0</b>	<b>0,0</b>	<b>12,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>0,0</b>	<b>30,0</b>	

MK_6 MODUL 6 Przedmioty dyplomowe	K_W03, K_W04, K_W08, K_W16, K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U11, K_U15, K_U17, K_K01, K_K02, K_K03, K_K05	Seminarium, konsultacje, ocena aktywności na seminarium, praca licencjacka, egzamin ustny	Seminarium licencjackie	22,0	10,2	22,0	12,0					22,0				
				<b>suma</b>									22,0	10,2	22,0	12,0
MK_7 MODUL 7 (PRAKTYKI ZAWODOWE)	K_W14, K_U07, K_U11, K_U12, K_U14, K_U16, K_U18, K_K01, K_K02, K_K03, K_K04, K_K06, K_K07, K_K08, K_K09	Opinia pisemna pracodawcy	Praktyki zawodowe Studenci zobowiązani są do zaliczenia w czasie trwania studiów (nie później niż do końca V semestru) trzech tygodni praktyk. Praktyki powinny odbywać się w instytucjach związanych z wybraną specjalnością. Jako praktyki może zostać zaliczona praca w trakcie przygotowywania festiwalu i wystaw, redagowanie czasopism etc. Nad przebiegiem praktyk czuwają wyznaczeni opiekunowie. Student powinien sam wskazać instytucję, w której zamierza odbyć praktykę. Praktyki nie podlegają ocenie, ale są premiowane 4 Punktami ECTS, są też warunkiem koniecznym do zaliczenia studiów	4,0								4,0	4,0			
				<b>suma</b>									4,0	0,0	0,0	0,0
<b>ŁĄCZNA LICZBA punktów ECTS ZE WSZYSTKICH MODUŁÓW</b>				180,0	101,1	138,0	96,9	0,0	6,0	4,0	88,0					

\* dotyczy kierunków, które nie są przypisane do obszaru nauk humanistycznych lub społecznych

### III WSKAŹNIKI PROCENTOWE

1. Procentowy udział punktów ECTS za zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich studentów:	56,10%
2. Procentowy udział punktów ECTS uzyskiwanych wskutek realizacji modułów do wyboru (min. 30 %):	49%
2a. Procentowy udział punktów ECTS uzyskiwanych wskutek realizacji zajęć w języku obcym w ramach modułów do wyboru (w przypadku wprowadzenia przez radę wydziału obowiązku realizacji takich zajęć):	1,60%
3. Procentowy udział punktów ECTS uzyskiwanych wskutek realizacji modułów zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym, służących zdobywaniu umiejętności praktycznych i kompetencji społecznych przez studentów kierunków o profilu praktycznym (powyżej 50 %):	
4. Procentowy udział punktów ECTS uzyskiwanych wskutek realizacji modułów zajęć związanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem studiów, służących zdobywaniu pogłębionej wiedzy oraz umiejętności prowadzenia badań naukowych przez studentów kierunków o profilu ogólnoakademickim (powyżej 50 %):	75,27%
5. Procentowy udział punktów ECTS dla każdego obszaru kształcenia, do którego przyporządkowany jest program studiów (jeżeli efekty kształcenia określone dla programu kształcenia wyodrębniono z kilku obszarów kształcenia) :	95% obszar nauk humanistycznych, 5% obszar nauk społecznych
6. Procentowe udziały poszczególnych dziedzin nauki, do których odnosi się program studiów:	95% dziedzina nauk humanistycznych, 5% dziedzina nauk społecznych

### IV WARUNKI UKOŃCZENIA STUDIÓW ORAZ UZYSKIWANY TYTUŁ ZAWODOWY

Po ukończeniu studiów trzyletnich, tj. po zaliczeniu wszystkich przedmiotów i praktyk, po zgromadzeniu 180 punktów ECTS, uzyskaniu pozytywnych recenzji z pracy licencjackiej (przygotowanej pod kierunkiem promotora na seminarium licencjackim) oraz złożeniu ustnego egzaminu końcowego student uzyskuje tytuł licencjata. Licencjat może kontynuować naukę na dwuletnich studiach drugiego stopnia, tzw. magisterskich.

\*\* Przedmiot z obszaru nauk społecznych

\*\*\* Student wybiera 10 konwersatoriów z oferty konwersatoryjnej proponowanej w danym roku akademickim

## **PROGRAM STUDIÓW - Część B**

1. *Nazwa kierunku: Kulturoznawstwo*
2. *Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia*
3. *Profil kształcenia: ogólnoakademicki*

*Specjalność – reklama i public relations*

### **TREŚCI PROGRAMOWE MODUŁÓW**

*MK\_1: Przedmioty kształcenia ogólnego:*

(Język obcy cz. I)

Język angielski: osobowości, choroby i leczenie, ubiór i moda, air travel, przestępczość i wymiar sprawiedliwości, zmiany klimatyczne, uczucia, sztuka i literatura, malarstwo i rzeźba, wydarzenia kulturalne, studia, opis osoby, rodzina i przyjaciele, praca, człowiek i środowisko, rozrywka, pisanie, np. CV/podanie o pracę, E-mail do przyjaciela/formalny/niefORMALNY.

Język rosyjski: rozszerzona terminologia kulturoznawcza, antropologiczna i etnograficzna, kultura w Zjednoczonej Europie; sformułowania publikacji naukowych, typowe zwroty i struktury zdań; współczesna kultura popularna; film w kulturze; E-mail do przyjaciela, list niefORMALNY; konsumpcjonizm i media; prasa, radio, TV, Internet, wydarzenia w kraju, w Rosji i na świecie.

Język niemiecki: Problemy współczesnego świata: globalizacja, migracja, wielokulturowość, rasizm, terroryzm, narkomania, alkoholizm, przestępczość zorganizowana. Aktualne problemy Unii Europejskiej i nie tylko. Problem uchodźstwa.

Problemy gramatyczne.

(Język obcy cz. II)

Język angielski: rodzina, czas wolny, mieszkanie, zakupy/handel, kultura/rozrywka/podróż, praca, tradycje i obyczaje, studia, opis osoby, rodzina i przyjaciele, praca, człowiek i środowisko, rozrywka, pisanie, np. CV/podanie o pracę, E-mail do przyjaciela/formalny/niefORMALNY, esej.

Język rosyjski: miasto i kultura, słownictwo związane z mottami życiowymi, z kulturą, z wystrojem wnętrz; kultura ludowa; państwo i kultura; związek kultury z filozofią, wpływ filozofii epoki Odrodzenia na kulturę; wycieczka; zabytki kultury; kulturoznawstwo: przedmiot badań kulturoznawstwa; noc w muzeum; artysta.

Język niemiecki: człowiek – dane personalne, wygląd, osobowość, zainteresowania; dom, otoczenie, nauka, praca, rodzina, życie towarzyskie, kuchnia, zakupy, korzystanie z usług, podróże, turystyka wakacyjna; kultura, sport, zdrowie, moda i styl życia, zwyczaje, korespondowanie (krótkie formy: pocztówka, list, zaproszenie, mail, czat).

Problemy gramatyczne.

(Technologia informacyjna)

- repozytoria cyfrowe i bazy danych jako źródło wiedzy dla kulturoznawcy,
- tworzenie krótkich tekstów kulturoznawczych i ich prezentacja z wykorzystaniem różnorodnych form multimedialnych,
- projektowanie *flat design*, projektowanie zorientowanie na użytkownika i minimalizm w nowych mediach,
- instytucje kultury online: muzea, galerie i fundacje,
- przedstawienie wyników badań naukowych przy zastosowaniu infografik.

(Wychowanie fizyczne/zajęcia alternatywne)

- gry i zabawy ruchowe, podstawowe elementy techniczne gry w piłkę siatkową, w koszykówkę, w piłkę nożną, małe gry, gra szkolna w koszykówkę, w piłkę siatkową, piłkę nożną, w unihokeja,
- elementy techniczne w badmintonie + gra szkolna. Ćwiczenia rozciągające / stretching/. Ćwiczenia ogólnorozwojowe kształtujące podstawowe cechy motoryczne. Nauka i ćwiczenia na przyrządach kształtujących siłę, na przyrządach aerobowych. Trening siłowy na atlasie wielofunkcyjnym, ćwiczenia siłowe z hankielkami. Podstawowe formy z rytmiki – proste układy taneczne. Aerobic. CrossFit & Fitness. Elementy techniczne gry w tenisa stołowego + gra szkolna,

(Ochrona własności intelektualnej)

- własność intelektualna. Prawo autorskie i prawa pokrewne. Własność przemysłowa.

*MK\_2: Przedmioty humanistyczne i społeczne:*

(Wstęp do filozofii)

- ukazanie dziedzictwa europejskiego intelektualizmu na tle osiągnięć innych kręgów kulturowych,
- europejska (później zachodnia) tradycja krytycyzmu, odwołująca się do ujęć racjonalistycznych, oraz przenikanie krytycyzmu do sfery religijnej i innych sfer kultury,
- motywy filozoficzne i naukowe, dla których filozofia zawsze była inspirującym źródłem rozwoju,
- ogólne sposoby interpretacji i analizy kwestii uchodzących za oczywiste,
- celem przedmiotu jest zatem wykształcenie u studentów postawy swoistej nieufności intelektualnej, na której wspiera się tradycja Zachodu.

### (Historia filozofii)

- problematyka różnorodnych metod myślenia, stosowanych w ramach interpretacji świata, zarówno wobec zagadnień ogólnych, jak i szczegółowych, przyrodniczych i społecznych,
- historyczne dokonania myśli filozoficznej,
- wiedza dotycząca filozoficznej spuścizny kultury zachodniej,
- ukazanie powiązań filozofii z innymi dziedzinami kultury: nauki, religii, polityki.

### (Antropologiczne podstawy kulturoznawstwa)

- wiedza na temat szkół badawczych klasycznej antropologii kultury, takich jak: ewolucjonizm, funkcjonalizm, antropologia psychologiczna - amerykańska orientacja kultury i osobowości, strukturalizm, psychoanaliza,
- problemy istotne dla zrozumienia miejsca człowieka w kulturze, takie jak: rozumienie pojęcia kultura, problem natura a kultura, kultura a cywilizacja, wzór kultury, relacja jednostka a kultura, problem internalizacji kultury, mit w kulturze, kulturowe modele czasu i przestrzeni, rola ciała w kulturze,
- modele kultury rycerskiej, szlacheckiej, mieszczańskiej i masowej.

### (Mitologie europejskie)

- teoria mitu. Mit a religia,
- mity w kulturze europejskiej: ujęcie historyczne. Słowiańszczyzna,
- mit i sacrum: chrześcijaństwo wobec mitycznego spadku kultur dawnych,
- mit, władza, historia,
- świadomość historyczna a świadomość mityczna. Manipulacje mitem,
- mit i sztuka. Sposoby wykorzystania mitu w dziele literackim, plastycznym, muzycznym i filmowym,
- mit Europy? Kultura masowa i mit. Komparatystyka i mit.

### (Socjologia kultury)

- socjologia i socjologia kultury jako dyscypliny nauki,
- proces nabywania kultury,
- społeczno-kulturowe kształtowanie osobowości i tożsamości,
- relatywizm kulturowy – etnocentryzm – postkolonializm,
- płęć społeczno-kulturowa (gender),
- przemoc symboliczna,
- władza i jej przejawy w relacjach społecznych,
- analiza relacji władzy i przemocy symbolicznej,
- socjalizacja płciowa: różne ujęcia teoretyczne,
- ciało jako konstrukt społeczno-kulturowy,
- przemiany rodziny w kulturze Zachodu i alternatywne modele rodziny,
- konsumpcjonizm i społeczeństwo konsumpcyjne,
- socjologia kultury materialnej.



### (Logika i semiotyka kultury)

- pojęciowe instrumentarium do interpretowania zjawisk i dzieł kultur,
- symboliczne i znaczeniowe treści tego, co składa się na uniwersum kultury. Założeniem przedmiotu jest teza, że kultura stanowi wielki system komunikacji międzyludzkiej, a znajomość tak zwanych kodów kulturowych jest warunkiem pełnoprawnego, bo świadomego, uczestnictwa we wszelkich interakcjach społecznych. Zatem celem przedmiotu staje się ukazanie logiki kultury, ze wszelkimi jej zróżnicowaniami. Wiedza o tym jest warunkiem pełnej egzystencji ludzkiej.

### (Literatura i kultura krajów sąsiednich)

- charakterystyka najważniejszych osiągnięć literatury rosyjskiej od czasów najdawniejszych po najnowsze w kulturowym kontekście, związki literatury z teatrem, filmem, muzyką i malarstwem.

### (Historia sztuki)

- wybrane problemy sztuki europejskiej poczynając od starożytności, przez wieki średnie, skończywszy na epoce nowożytnej. Wśród omawianych problemów są między innymi takie, jak narracyjny charakter świątyni, "migracja" motywów ikonograficznych, traktowanie sztuki jako wyrazu myślenia religijnego, technicznego, jako narzędzia prezentacji władzy, problem "obrazów ramowych" wg. koncepcji Jana Białostockiego,
- różne zjawiska związane ze sztuką stanowiącą wytwór kultury nowoczesnej. Wśród nich omawiane są: malarstwo akademickie XIX wieku, realizm i impresjonizm, sztuka awangardowa I połowy XX wieku, sztuka XX wieku sytuująca się w ramach tradycji (art deco, nowoczesny klasycyzm lat 30'), wybrane przykłady sztuki neoawangardowej.

### (Historia kultury)

- zagadnienia dotyczące uwarunkowań politycznych, ekonomicznych i społeczno – demograficznych kształtowania się kultury europejskiej, a więc jej korzeni antycznych, chrześcijańskich, barbarzyńskich oraz wpływów kultur innych cywilizacji,
- uniwersalizm kultury europejskiej w czasach średniowiecza oraz próby integracji politycznej i kulturalnej na przestrzeni dziejów (np. imperium rzymskie, karolińskie itp. oraz system edukacji w średniowieczu) wraz z czynnikami, które taką integrację uniemożliwiały (kształtowanie się nowożytnej tożsamości narodowej i nowożytnych państw narodowych),
- ustroje państw nowożytnej Europy (absolutyzm, system arystokratyczny i demokratyczny), przemiany społeczno - gospodarcze i demograficzne w średniowieczu i u progu nowożytności
- rola reformacji (kulturalna, polityczna) i jej wpływ na gospodarkę (teza M. Webera oraz dyskusje nią wywołane).

#### (Metodologia badań kulturoznawczych)

- perspektywa percepcji świata kulturoznawcy ( myślenie holistyczne, perspektywa holistyczna, antropologia kulturowa, biologiczna, archeologiczna, lingwistyczna,
- słownik badacza kultury: jednostki elementarne w badaniu kultury(cechy kulturowe, temat kulturowy, wzór kultury, hipoteza, instytucja, jednostka, społeczeństwo, badacz, osobowość podstawowa, dyfuzja, akulturacja),
- rodzaje badań,
- konstruowanie planu badań,
- formułowanie grup badawczych, triangulacja, wybór zagadnień, konstruowanie pytań,
- analiza danych i przedstawianie wiedzy uzyskanej w badaniu.

#### (Podstawy komunikacji międzykulturowej)

- analiza zjawisk społecznych osnutych wokół procesów komunikowania się w sytuacji społecznej wielokulturowości,
- omówienie problematyki procesu komunikowania się interpersonalnego w sytuacji, gdy zaangażowany jest czynnik różnicy kulturowej,
- budowanie świadomości o specyfice potrzebnych kompetencji komunikacyjnych w sytuacji współpracy międzykulturowej,
- kształtowanie postaw otwartych na odmienności kulturowej,
- konstruowanie kanonu wiedzy do kompetentnego podejmowania komunikowania się międzykulturowego.

#### (Komunikacja kulturowa)

- wiedza na temat współczesnych badań nad komunikowaniem; szkoły badawcze: szkoła empiryczna i szkoła krytyczna, determinizm technologiczny a także czołowi przedstawiciele omawianych ośrodków naukowych zajmujących się komunikacją kulturową,
- mechanizmy i normy towarzyszące procesom komunikowania się między jednostkami i instytucjami społecznymi oraz rola tradycyjnych oraz nowych środków przekazu w kształtowaniu procesu komunikacji kulturowej.

#### (Kulturowe konteksty historii literatury)

- związki między językiem a kulturą w różnych obszarach ludzkiego doświadczenia, takich jak: kategoryzowanie i wartościowanie obiektów; stereotypowe, tj. zgodne ze skryptami kulturowymi, interpretowanie rzeczywistości (językowe obrazy świata),
- spełnianie określonych rytuałów komunikacyjnych i etykietalnych,
- korzystanie z przyjętych w danym środowisku stylów konwersacyjnych,
- tworzenie wspólnot dyskursywnych (subkultur komunikacyjnych) w ramach określonej społeczności językowej i ponad jej granicami.

### *MK\_3: Przedmioty kulturoznawcze:*

#### (Teatr i widowiska)

- identyfikacja pojęć takich jak teatr, teatralizacja, widowisko, spektakl/rytuał kulturowy, performans. Pierwsza grupa tematów przybliży zjawisko teatru w znaczeniu artystycznym, ale ze wskazaniem na jego rytualną (pozaartystyczną) genezę,
- pojęcie znaku teatralnego, specyfika tworzyw teatralnych, status twórców dzieła teatralnego – aktora i widza,
- wykorzystanie poznanych narzędzi do analizy zjawisk parateatralnych funkcjonujących na pograniczu sztuki i działań społecznych, a także interpretacji i oceny widowiska teatralnego.

#### (Kultura Podlasia)

- Podlasie w granicach historycznych i administracyjnych,
- wielokulturowy charakter Podlasia w perspektywie etnicznej, wyznaniowej, społecznej,
- dziedzictwo kultury materialnej i duchowej regionu.

#### (Problemy kultury popularnej)

- aktualne problemy popkultury wokół których prowadzona jest dyskusja w obszarach antropologii kultury, życia społecznego, działalności artystycznej.

#### (Życie kulturalne)

- współczesne życie kulturalne, z jego dynamicznymi przemianami (tendencje, kierunki, zjawiska),
- najważniejsze wydarzenia kulturalne (muzyczne, teatralne, filmowe, plastyczne), zarówno cykliczne, jak i efemeryczne.

#### (Film w kulturze)

- podstawowa wiedza na temat związków kina z przemianami cywilizacyjnymi i technologicznymi dokonującymi się w kulturze XX i XXI wieku,
- informacje związane z różnorodnymi formami kina i ich przemianami stylistycznymi związanymi z rozwojem technologii i przemysłu oraz z przemianami kulturowymi, społecznymi i obyczajowymi dokonującymi się w przeciągu XX wieku i współcześnie,
- wiedza o podstawowych artefaktach kina niemego, przełomu dźwiękowego, kina autorskiego i komercyjnego, produkcji współczesnych oraz o ich recepcji społecznej,
- wiedza o genealogii kina oraz przemianach rodzajowych i gatunkowych na przestrzeni kina niemego, dźwiękowego i współczesnego.

#### (Teoria kultury)

- podstawowe zagadnienia z zakresu teorii kultury: kultura i kultury, inność, kultura

symboliczna, kultura materialna, kulturowa tożsamość „ja”, zmiana kulturowa, tradycja, ewolucja, dyfuzja, akulturacja,

- najważniejsze koncepcje badawcze: kulturalizm, funkcjonalizm, strukturalizm, feminizm, postmodernizm, postkolonializm,

- wybrane zjawiska kultury współczesnej: globalizacja, kultura konsumpcji, płynna nowoczesność, późna nowoczesność.

(Słowo w kulturze)

- zjawiska języka - językowego obrazu świata,
- relacje między komunikacją – kontekstem – działaniem,
- kulturowe konsekwencje współbycia w słowie, oralności,
- praktyki kultury oralnej,
- znaczenia nadawania imienia, nazywania i kategoryzowania,
- aspekty słowa świętego, pisma i piśmienności,
- relacje tego co mówione – pisane- drukowane,
- relacje kultur pisma do powstania cywilizacji, druku, kultury druku, dyskursów kultury druku,
- znaczenia słowa kulturze multimedialnej.

(Kultura audiowizualna)

- wiedza na temat kształtowania się kultury audiowizualnej o rodowodzie technicznym, a także wybranych jej dzisiejszych aspektów,
- rola fotografii w kształtowaniu się kultury audiowizualnej,
- kino i wyobrażenia - film w kulturze współczesnej,
- telewizja jako kultura,
- seryjność i serializacja w kulturze i w mediach,
- voyeuryzm – kategoria poznawcza kultury audiowizualnej,
- kino i telewizja a zbiorowa wyobrażenia,
- kultura wideo – kultura uczestnictwa,
- kultura konwergencji,
- cyberprzestrzeń i cyberkultura.

(Warsztaty: dziennikarskie, teatralne, fotograficzne, filmowe, etnograficzne (do wyboru),

-podstawy merytoryczne do pisania tekstów dziennikarskich, realizowania spektakli teatralnych, fotografowania, filmowania, prowadzenia badań etnograficznych: (opracowanie kwestionariusza pytań na wybrany temat, badania etnograficzne w terenie. Efektem końcowym jest przygotowanie pracy w oparciu o zgromadzoną literaturę przedmiotu i wyniki badań terenowych).

(Teoria kultury współczesnej)

- twórcze praktyki kulturowe w kulturze uczestnictwa,
- kontrkultura i kapitalizm,
- refleksyjny projekt tożsamości w epoce późnej nowoczesności,
- performatywne wymiary kultury,
- kultura patriarchalna a praktyki dyscyplinarne,
- nowoplemiennosc i trybalizm,
- transkulturowosc.

(Muzyka w kulturze)

- barokowe granie, barokowy spiew,
- styl koncertujacy w muzyce A. Vivaldiego, G.F. Handla,
- Polska kultura muzyczna w XVII w. i pierwszej polowie wieku XVIII,
- techniki kontrapunktyczne w tworczości J.S. Bacha,
- znaczenie tworczości wczesnohomofonicznej w rozwoju form klasycznych,
- styl homofoniczny w tworczości W.A. Mozarta,
- Polska muzyka w okresie stanislawowskim,
- arcydzieła instrumentalne L. van Beethovena,
- metafizyczne i ludowe konteksty muzyki romantycznej,
- tworczość: F. Schubert, F. Mendelssohn-Bartholdy,
- tworczość Chopina jako kompozytora narodowego i romantycznego,
- legendarni wirtuozi - Niccolo Paganini, Franciszek Liszt,
- impresjonistyczna idiomatyka muzyczna,
- motywy hiszpańskie i orientalne w tworczości Maurice Ravela.

(Problemy organizacji kultury w zjednoczonej Europie)

- polityka kulturalna UE,
- finansowanie kultury w programach i funduszach Unii Europejskiej,
- wielokulturowosc Europy,
- rynek a kultura. Ekonomiczny wymiar kultury,
- przemysły kreatywne - wspolpraca sektora kultury i sektora biznesu.

(Formy animacji kultury)

- praktyczne aspekty animacji kultury,
- relacje pomiedzy animacja kulture: community arts, antropologia, edukacja, sztuka, zmiana, spolecznstwem obywatelskim, kultura czynna, animatorem,
- omawianie poszczegolnych projektow animacyjnych w kontekście sztuki, edukacji czy

nowych mediów,

- tworzenie przez studentów scenariusza projektu kulturalnego, realizacja, poddanie go ocenie i krytycznym uwagom.

(Diagnostyka potrzeb kulturalnych)

- potrzeba kulturalna, uczestnictwo w kulturze, determinanty aktywności kulturalnej,
- nieformalne obiegi kultury a stan potrzeb kulturalnych młodzieży,
- diagnoza w badaniach społecznych i badaniach kultury - organizacja i etapy badań diagnostycznych,
- techniki badań etnograficznych a diagnozowanie stanu potrzeb kulturalnych,
- wywiad fokusowy.

(Metody analizy i interpretacji dzieła: filmowego, plastycznego, teatralnego, literackiego)

- elementy budowy dzieła sztuki istotne dla jego analizy i interpretacji, a także jego wymowa ideowa i przesłanie (treść, świat przedstawiony, bohaterowie i ich postawy),
- podstawowe metody analityczno-interpretacyjne dzieła (jak: strukturalizm, semiotyka, psychoanaliza, teorie krytyczne, genderowe, fenomenologia, hermeneutyka), konteksty historyczne i społeczno-kulturowe.

(Zarządzanie i marketing w instytucjach kultury)

- kultura i marketing – wprowadzenie,
- zjawiska kulturowe w przestrzeni społecznej i gospodarczej. Przemysły kreatywne i kultury,
- polityka kulturalna wobec funkcjonowania instytucji kultury,
- finansowanie instytucji kultury,
- nabywcy na rynku kultury. Procesy zaspokajania potrzeb kulturalnych,
- wybrane zagadnienia z zarządzania instytucją kultury,
- wybrane praktyki zarządzania instytucją kultury,
- public Relations dla instytucji kultury: wprowadzenie do zagadnień PR,
- nowe media jako przestrzeń marketingu instytucji kultury,
- współpraca ze społecznością lokalną w zakresie organizowania i promowania działań kulturalnych,
- zarządzanie domem kultury – studium przypadku.

#### *MK\_4:Przedmioty specjalnościowe - reklama i public relations*

(Teoria i historia reklamy)

- reklama jako narzędzie różnicowania masowo wytwarzanych produktów, jako narzędzie różnicowania konsumentów,
- sposoby klasyfikacji reklam i ich odbiorców,
- reklama jako narzędzie marketingu (pojęcie marketing mix i promotional mix) - marketingowa rola reklamy jako narzędzia kreowania "wartości dodanych" i budowania wizerunku marki,
- kulturowa rola reklamy: jako specyficznie pojmowana „antropologia kulturowa” (ujęcie M. P. Davidsona),
- przedstawiane w ujęciu historycznym kolejne strategie stosowane w reklamie (m.in. "rewolucja" Alberta Laskera na początku XX wieku, strategia prezentacji towarów jako symboli, strategia kreowania wizerunku marki i "wizerunku własnego" wg. Davida Ogilvy'ego, "rewolucja kreatywna" lat 50', strategie promowania masowo wytwarzanych obiektów jako atrybutów stylu życia, strategie retro marketingu).

(Podstawy marketingu)

- podstawowe informacje o marketingu. Marketing jako filozofia działania firmy, jako funkcja przedsiębiorstwa, jako dyscyplina naukowa,
- klient w marketingu (rodzaje klientów, model zachowania klienta na rynku). Segmentacja klientów,
- otoczenie konkurencyjne firmy i jego wpływ na działania marketingowe,
- elementy marketingu- mix (produkt, cena, dystrybucja, promocja).

(Komunikowanie wizualne w reklamie i p.r.)

- podstawowe zasady obowiązujące w komunikacji wizualnej w reklamie i PR,
- problemy liternictwa,
- znak graficzny jako narzędzie komunikacji,
- układ komunikatu wizualnego (*layout*). Typy reklamowych *layouts*,
- psychologiczne aspekty percepcji form – forma a ciało, kulturowe znaczenia form, komunikacja podprogowa,
- realizm obrazowania w reklamie i PR. Rola fotografii,
- problem autoidentyfikacji odbiorcy. Aparycja jako temat komunikatu, „mowa ciała”.

(Antropologia kultury w badaniach marketingowych)

- najważniejsze teorie i pojęcia,
- kategoria kobiecości i role kobiece w reklamie,

- kategoria męskości i role męskie w reklamie,
- ciało męskie w reklamie,
- ciało kobiece w reklamie,
- nienormatywne tożsamości seksualne i płciowe w reklamie,
- mit, religia i subkultury w reklamie.

(Teoria i historia public relations)

- pojęcie PR – definicje, usytuowanie w procedurach marketingowych,
- historia PR. od „prehistorii” PR – Sztuka i retoryka w starożytnym Rzymie,
- historia PR – XX w. Narodziny nowoczesnego public relations,
- historia PR – propaganda w Rosji w okresie rewolucji, propaganda w Trzeciej Rzeszy, Stany Zjednoczone i cud telewizji. 1952,
- historia PR – Powtórka historii. 1995 r. Debata między Lechem Wałęsą a Aleksandrem Kwaśniewskim,
- teoria PR – Zasady organizacji działań public relations, tworzenie programu public relations, tożsamość firmy/instytucji/organizacji, media relations, wydawnictwa firmowe; imprezy firmowe, sponsoring, lobbying i działania w sytuacji kryzysowej. e-PR czyli public relations w Internecie.

(Muzyka w reklamie)

- psychologiczne aspekty odbioru muzyki i estetyki muzycznej,
- typy ludzkie ze względu na odbiór muzyki,
- percepcja w sztuce audiowizualnej,
- warunkowanie klasyczne i inne techniki wywierania wpływu przez muzykę na zachowania konsumenckie,
- funkcje muzyki. Funkcje i potrzeby wobec muzyki, korelacje indeksu preferencji ulubionej muzyki z funkcjami jej słuchania,
- muzyka a zachowania konsumenckie. Muzyka jako część środowiska percepcyjnego w reklamie i marketingu,
- czynniki środowiskowe, reakcje niewerbalne i doświadczenie zakupów,
- muzyka jako składnik marketingu sensorycznego,
- audiomarketing,
- muzyka środowiska – tapeta dźwiękowa – muzak,
- muzyka jako otoczenie, muzyka w chmurze (cloud computing).
- tożsamość dźwiękowa marki, sound branding i audiologo.
- muzyka w reklamie a prawa autorskie. Muzyka bez opłat - Royalty Free (RF). Banki muzyki reklamowej (stocks).
- brief reklamowy a przygotowanie muzyki na potrzeby reklamy.
- struktura i proces wymiany rynkowej.



(Socjologia w badaniach marketingowych)

- struktura i proces wymiany rynkowej,
- typy dóbr i rynków. Typy dóbr i funkcjonalna charakterystyka rynków „częstkowych”,
- preferencje i funkcje użyteczności. Pojęcie „użyteczności”; proste modele „charakterów” i stylów reagowania konsumentów,
- wiedza i zaufanie w decyzjach rynkowych,
- komunikacja rynkowa. Informacja a perswazja w przekazach reklamowych,
- psychologia w badaniach marketingowych.

(Praktyczna stylistyka języka polskiego)

- style funkcjonalne współczesnej polszczyzny,
- manipulacja językowa na wybranych przykładach,
- etyczne i estetyczne kategorie oceny stylu wypowiedzi,
- język potoczny – centrum systemu stylowego języka,
- stylistyczna wartość środków językowych,
- gatunki praktyczno-użytkowe.

(Media w Polsce)

- system medialny,
- modele systemów medialnych,
- media w Polsce przed 1989 rokiem,
- uwarunkowania i konsekwencje transformacji mediów w Polsce po 1989 roku: prasa, radio, telewizja, nowe media,
- regionalne i lokalne środki przekazu,
- komercjalizacja i tabloidyżacja mediów,
- koncerny medialne jako przykład koncentracji kapitału,
- regulacje prawne w zakresie mediów w Polsce i rola Krajowej Rady Radiofonii i Telewizji,
- ideologiczne aspekty funkcjonowania mediów oraz ideologie w przekazach medialnych,
- badania dotyczące mediów, obcowania z mediami i recepcji przekazów medialnych.

(Seminarium warsztatowe - public relations)

- organizacja działalności w zakresie public relations,
- tworzenie programu public relations,
- kompozycja przekazu PR adresowanego do określonych grup docelowych,
- tożsamość a wizerunek firmy/ instytucji, system identyfikacji wizualnej,
- współpraca ze środkami masowego przekazu,
- organizacja imprez i wydarzeń firmowych,
- zachowania w zakresie public relations w sytuacjach kryzysowych.

(Seminarium warsztatowe – reklama)

- część teoretyczna: Omówienie metod pracy zespołów kreatywnych i projektantów w obszarze sztuk wizualnych i reklamy. Przykłady inspiracji naturą i lokalnym otoczeniem kulturowym w procesach projektowych różnych twórców. Humor w reklamie,
- część badawcza (praca w grupie): Produkt – właściwości, statystyki, obecność na rynku, w kulturze i w świadomości konsumenta (wywiady),
- część projektowa: Indywidualna analiza wybranego filmu reklamowego – storyboard. Praca zespołowa – scenariusz i realizacja filmu reklamowego (projekt semestralny).

(Retoryka i erystyka)

- retoryka jako jedna z technik komunikacyjnych w różnych formach PR,
- umiejętności konstruowania i rozumienia różnych komunikatów perswazyjnych.

(Prawo prasowe i autorskie)

- geneza prawa autorskiego,
- przedmiot ochrony prawa autorskiego,
- podmiot prawa autorskiego,
- autorskie prawa osobiste i majątkowe. Ochrona dóbr osobistych, wizerunku, korespondencji,
- dozwolony użytek własny, prawo cytatu. Plagiat,
- odpowiedzialność prawna,
- prawo autorskie w Internecie,
- prawo prasowe - zagadnienia ogólne, zagadnienia dotyczące osoby dziennikarza.

*MK\_5; Przedmioty do wyboru z obszaru nauk humanistycznych*

(Konwersatoria)

- wybrane problemy z zakresu: antropologii kultury, historii kultury (także w języku angielskim), medioznawstwa, sztuki, komunikacji kulturowej, literaturoznawstwa, religioznawstwa, filozofii kultury.

*MK\_6 : Przedmioty dyplomowe:*

(Seminarium licencjackie)

- zagadnienia badawcze z zakresu zjawisk kulturowych, które złożą się na tematy prac licencjackich,
- przygotowanie zasobu źródłowego oraz stworzenie warsztatu metodologicznego umożliwiającego przeprowadzenie analizy wybranych problemów i przygotowanie prac licencjackich.

### *MK\_7: Praktyki zawodowe*

Studenci zobowiązani są do zaliczenia w czasie trwania studiów (nie później niż do końca V semestru) trzech tygodni praktyk. Praktyki powinny odbywać się w instytucjach związanych z wybraną specjalnością. Jako praktyki może zostać zaliczona praca w trakcie przygotowywania festiwalu i wystaw, redagowanie czasopism etc.