

ZARZĄDZENIE

DZIEKANA WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW

z dnia 08 maja 2024 roku

**w sprawie przebiegu rekrutacji na studia stacjonarne
drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja
społeczna dla kandydatów nieposiadających dyplomu
ukończenia studiów pierwszego stopnia na kierunku
dziennikarstwo i komunikacja społeczna**

Na podstawie § 42 ust. 1 Statutu UKSW oraz Uchwały Nr 13/2024 Rady Wydziału Teologicznego z dnia 22 kwietnia 2024 roku w sprawie wyrażenia opinii dotyczącej procedury rekrutacji na studia stacjonarne drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna w związku z § 4 ust. 4 pkt 11) Załącznika Nr 1 do Uchwały Nr 103/2023 Senatu Uniwersytetu Kardynała Stefana Wyszyńskiego w Warszawie z dnia 29 czerwca 2023 r. Szczegółowe warunki i tryb przyjmowania na studia pierwszego stopnia oraz jednolite magisterskie kandydatów legitymujących się świadectwem dojrzałości wydanym na terenie Rzeczypospolitej Polskiej, dyplomem IB, dyplomem EB, a także kandydatów na studia drugiego stopnia posiadających tytuł licencjata, magistra, inżyniera lub równorzędny uzyskany na terenie Rzeczypospolitej Polskiej zarządzam, co następuje:

§ 1.

Kandydaci na studia stacjonarne drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna nieposiadający dyplomu ukończenia studiów pierwszego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna kwalifikowani są na podstawie egzaminu wstępnego w postaci rozmowy kwalifikacyjnej.

§ 2.

Rozmowa kwalifikacyjna składa się z trzech części:

- 1) Kandydat krótko przedstawia motywację do podjęcia studiów na określonym kierunku i potwierdza podstawową wiedzę na temat mediów i dziennikarstwa (zakres „Leksykon Terminów Medialnych” tom 1 i 2).

- 2) Kandydat przedstawia dorobek (jeśli posiada) wpisujący się w wybrany kierunek (np. praktyka w mediach, medialne koła naukowe, blogi, prowadzenie fanpage'y w mediach społecznościowych etc.).
- 3) Kandydat losuje dwa pytania szczegółowe z listy stanowiącej załącznik nr 1 do zarządzenia.

§ 3.

Rozmowa kwalifikacyjna oceniana jest w skali 2-5 co 0,25. Kandydat z rozmowy kwalifikacyjnej otrzymuje ocenę ogólną, na którą składają się:

- 1) odpowiedź z pierwszej część - 25% oceny całościowej
- 2) odpowiedź z drugiej części - 25% oceny całościowej
- 3) odpowiedź z trzeciej części - 50% oceny całościowej

§ 4

Wynik końcowy postępowania kwalifikacyjnego wyrażony w skali 0-100, powstaje na skutek przeliczenia oceny w skali 2-5 na punkty kwalifikacyjne według poniższej tabeli:

Ocena (skala 2-5)	Punkty kwalifikacyjne
2	0
2,25	10
2,5	20
2,75	30
3	40
3,25	48,75
3,5	57,5
3,75	66,25
4	75
4,25	81,25
4,5	87,5
4,75	93,75
5	100

§ 4.

Zarządzenie wchodzi w życie z dniem podpisania.

DZIEKAN
WYDZIAŁU TEOLOGICZNEGO UKSW

ks. prof. dr hab. Piotr Tomosik

Załącznik nr 1 do Zarządzenie z dn. 08.05.2024 r.

Pytania na rozmowę kwalifikacyjną dla kandydatów na studia stacjonarne drugiego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna dla kandydatów nieposiadających dyplomu ukończenia studiów pierwszego stopnia na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna:

1. Komunikacja werbalna i niewerbalna
2. Dziennikarz w dobie sztucznej inteligencji – problematyka wiarygodności dziennikarza
3. Scharakteryzuj wybrane programy publicystyczne
4. Fenomen telewizji jako nośnika treści propagandowych
5. Potrzeba edukacji medialnej we współczesnym społeczeństwie
6. Problem uzależnień od korzystania z mediów – zjawisko FOMO
7. *Fake news* jako problem współczesnego dziennikarstwa
8. Pozytywne i negatywne przykłady przemian współczesnego języka mediów
9. Transformacja komunikacji internetowej w erze Web 2.0
10. Aplikacje społecznościowe: nowy etap komunikacji
11. Podstawowe zasady zawarte w Karcie Etycznej Mediów
12. Jakościowe i ilościowe metody badań społecznych i marketingowych
13. Cechy komunikacji w mediach społecznościowych
14. Komunikacja za pomocą mediów społecznościowych vs. komunikacji w mediach tradycyjnych
15. Etyka i retoryka w reklamie
16. Etyka i kodeksy etyczne w public relations
17. Etyka w pracy dziennikarza
18. Narzędzia kreowania marki w tym marki osobistej – *personal branding*
19. Charakterystyka reklamy komercyjnej, politycznej i społecznej
20. Gazety codzienne i czasopisma we współczesnej Polsce