***Załącznik do uchwały nr 472 Senatu UŁ***

***z dnia 14 czerwca 2019 r.***



**Program studiów Media Arts Cultures**

**1. Nazwa kierunku**

Media Arts Cultures

**2. Zwięzły opis kierunku**

Celem kierunku *Media Arts Cultures* jest kształcenie przyszłych ekspertek i ekspertów w zakresie rozwoju badań i innowacji w obszarze kultury, jakim jest sztuka medialna i cyfrowa. Program studiów jest reakcją na potrzeby ciągle rozwijającego się pola sztuki mediów. Akcentuje się w nim przede wszystkim dziedzictwo i przyszłość sztuki mediów i kultury mediów. Charakteryzuje go innowacyjne połączenie intensywnych badań, lokujących się pomiędzy artystyczną praktyką, cyfrową przyszłością i ich interpretacją oraz aktualnymi zadaniami i przyszłym rozwojem zarządzania kulturą. Program studiów oferuje studiującym teoretyczną wiedzę o najważniejszych formach w mediach i sztuce mediów (jak np. animacja komputerowa, sztuka sieci, rozwój wystaw, projektowanie doświadczenia, kultura gier), a także praktyczne umiejętności ich upowszechniania, kolekcjonowania, archiwizacji i promocji. Ważną rolę odgrywają tu również stosowne do tematyki zagadnienia prawne i ekonomiczne. *Media Arts Cultures* kładą zatem nacisk na dwa punkty ciężkości: z jednej strony uwaga skierowana jest na badania kultury i zarządzanie kulturą, z drugiej zaś strony, na twórcze zastosowanie sztuki mediów, co znaczy, że osoby studiujące będą przygotowane na aktualne wyzwania przemysłów kreatywnych.

*Media Arts Cultures*, studia prowadzone w formule Erasmus Mundus Joint Master Degree, to zintegrowany program kształcenia, opracowany przez cztery uczelnie wyższe: Donau-Universität Krems (Austria), Aalborg Universitet (Dania), Uniwersytet Łódzki i Lasalle College of the Arts (Singapur). Zajęcia prowadzone są w języku angielskim w uczelniach stanowiących Konsorcjum: w pierwszym semestrze w Krems odbywa się blok zajęć historycznych i metodologicznych, w drugim – w Aalborg studenci i studentki zajmują się przede wszystkim problematyką projektowania doświadczenia, w trzecim semestrze realizują w Łodzi ścieżkę poświęconą badaniu kultury i kuratorstwu, w czwartym przygotowują pracę magisterską w wybranej uczelni. Osoby studiujące do końca trzeciego semestru zaliczają praktyki w instytucjach partnerskich Konsorcjum, mają także możliwość zrealizowania indywidualnych zajęć w Lasalle.

**3. Poziom studiów**

studia drugiego stopnia (magisterskie)

**4. Profil studiów**

ogólnoakademicki

**5. Forma studiów**

stacjonarne

**6. Zasadnicze cele kształcenia**

Po ukończeniu studiów, student/studentka posiada:

* zaawansowaną umiejętność poddania refleksji i pogłębioną umiejętność zastosowania, zarówno w działalności naukowej, jak zawodowej, metod badawczych i praktyk upowszechniania w zakresie kultury mediów i sztuki mediów;
* kompetencje w zakresie znajdowania rozwiązań globalnie istotnych problemów w zakresie kultury mediów i sztuki mediów;
* znajomość strategii niezbędnych do tworzenia, upowszechniania i promocji działań w sektorze kultury;
* zaawansowaną wiedzę na temat historii kultury i historii mediów oraz praktyk badawczych;
* znajomość zagadnień rozwoju, obszarów zastosowania i przeznaczenia praw autorskich w obszarze kultury;
* umiejętność rozwijania innowacyjnych strategii i ich praktycznego zastosowania w pracy badawczej i innych działaniach;
* zaawansowane kompetencje związane z rozwojem osobistym i realizowaniem projektów.

**7. Tytuł zawodowy uzyskiwany przez absolwenta**

magister

**8. Możliwości zatrudnienia i kontynuacji kształcenia absolwenta**

Absolwenci i absolwentki studiów *Media Arts Cultures* będą przygotowani do pracy w instytucjach kultury, zwłaszcza instytucjach dedykowanych sztuce mediów. Mogą znaleźć zatrudnienie w instytucjach zajmujących się kolekcjonowaniem i archiwizowaniem dziedzictwa kultury mediów. Ich kompetencje pozwolą na podjęcie pracy w firmach związanych z projektowaniem doświadczenia, jak też w szeroko pojętej branży kreatywnej. Wśród zawodów, wskazanych w Rozporządzeniu Ministra Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 sierpnia 2014 r. w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz. U. poz. 1145), z uwzględnieniem zmian wprowadzonych rozporządzeniem Ministra Rodziny, Pracy i Polityki Społecznej z dnia 7 listopada 2016 r. zmieniającym rozporządzenie w sprawie klasyfikacji zawodów i specjalności na potrzeby rynku pracy oraz zakresu jej stosowania (Dz. U. poz. 1876), do wykonywania których będą przygotowani absolwenci i absolwentki, wymienić można:

134907 Kierownik archiwum

134909 Kierownik galerii sztuki

134910 Kierownik muzeum

143105 Kierownik domu kultury

262101 Archiwista

262102 Muzealnik

263203 Kulturoznawca

264203 Krytyk artystyczny

264207 Redaktor serwisu internetowego

251302 Projektant aplikacji multimedialnych, animacji i gier komputerowych

251390 Pozostali projektanci aplikacji sieciowych i multimediów

262201 Analityk informacji i raportów medialnych

262204 Broker informacji (researcher)

333201 Organizator imprez rozrywkowych (organizator eventów)

343302 Pracownik galerii/muzeum

343901 Animator kultury

Absolwenci i absolwentki studiów *Media Arts Cultures* będą także przygotowani do tworzenia nowych możliwości zatrudnienia w rozwijającym się sektorze związanym z nowymi technologiami komunikacyjnymi i informacyjnymi oraz do podjęcia studiów trzeciego stopnia w zakresie nauk o kulturze i religii oraz nauk o sztuce, zwłaszcza w obszarze badań nad kulturą mediów i sztuką mediów.

**9. Wymagania wstępne, oczekiwane kompetencje kandydata**

* kandydat/kandydatka musi przedstawić dyplom ukończenia studiów pierwszego stopnia (licencjat), trwających trzy lata i odpowiadających 180 punktów ECTS; w przypadku, w którym kandydat/kandydatka ukończył studia w kraju nieobjętym systemem ECTS, należy udokumentować odbycie studiów w wymiarze odpowiadającym studiom pierwszego stopnia (ocena należy do Rady Rekrutacyjnej);
* osoby, których językiem ojczystym nie jest angielski, muszą udokumentować znajomość języka angielskiego na poziomie minimum C1 według Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego; honorowane certyfikaty zostaną podane do wiadomości na stronie internetowej projektu: www.mediaartscultures.eu.

**10. Zasady rekrutacji z limitem na kolejny rok akademicki 2019/2020**

Osoby starające się o przyjęcie na kierunek *Media Arts Cultures* przedstawiają:

* formularz aplikacyjny;
* kopię dokumentu tożsamości;
* curriculum vitae w formacie Europass;
* list motywacyjny;
* dyplom ukończenia studiów pierwszego stopnia (w razie potrzeby z tłumaczeniem na język angielski);
* suplement do dyplomu (w razie potrzeby z tłumaczeniem na język angielski);
* zdjęcie legitymacyjne;
* certyfikat potwierdzający znajomość języka angielskiego;
* esej na podany temat związany z kulturą mediów i sztuką mediów;
* przykładową pracę;
* ewentualne dodatkowe dokumenty.

Oceny dokonuje Rada Rekrutacyjna Konsorcjum, która decyduje także o ewentualnym przeprowadzeniu rozmów kwalifikacyjnych w przypadku kandydatek/kandydatów o równej liczbie punktów. Terminy rekrutacji i dalsze informacje dostępne są na stronie projektu: www.mediaartscultures.eu.

**11. Dziedziny i dyscypliny naukowe (w tym wiodąca), do których odnoszą się efekty uczenia się wraz z podaniem procentowych udziałów, w jakich program odnosi się do poszczególnych dyscyplin naukowych**

* dziedzina nauk humanistycznych, nauki o kulturze i religii (dyscyplina wiodąca): 54%
* dziedzina nauk humanistycznych, nauki o sztuce: 42%
* dziedzina nauk społecznych, nauki o zarządzaniu i jakości: 4%

**12. Kierunkowe efekty uczenia się dla danego typu kwalifikacji wraz z odniesieniem do składnika opisu charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia PRK dla 7. poziomu profilu ogólnoakademickiego**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol | Po ukończeniu studiów na kierunku *Media Arts Cultures* absolwent/absolwentka: | Odniesienie do charakterystyk pierwszego i drugiego stopnia efektów uczenia się Polskiej Ramy Kwalifikacji |
|  | WIEDZA: zna i rozumie |  |
| 01M-2A\_W01 | w pogłębionym stopniu wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody badawcze i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o kulturze i religii oraz nauk o sztuce | P7U\_W  P7S\_WG |
| 01M-2A\_W02 | podstawy teoretyczne, metody badawcze oraz kluczowe zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej o kulturze mediów i sztuce mediów | P7U\_W  P7S\_WG |
| 01M-2A\_W03 | powiązania badań kultury mediów i sztuki mediów z innymi obszarami badań, pozwalające na integrowanie perspektyw właściwych dla kilku dyscyplin naukowych | P7U\_W  P7S\_WG |
| 01M-2A\_W04 | główne tendencje rozwojowe nauk o kulturze i religii oraz nauk o sztuce, w szczególności w zakresie badań nad kulturą mediów i sztuką mediów | P7S\_WG |
| 01M-2A\_W05 | fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, w szczególności wyzwania dla współczesnej cywilizacji wynikające z kierunków rozwoju nowych mediów | P7U\_W  P7S\_WK |
| 01M-2A\_W06 | ekonomiczne, etyczne i prawne uwarunkowania funkcjonowania instytucji kultury (zwłaszcza instytucji zajmujących się sztuką nowych mediów i cyfrowymi archiwami) i przemysłów kreatywnych | P7U\_W  P7S\_WK |
| 01M-2A\_W07 | zasady ochrony prawa autorskiego i własności przemysłowej | P7U\_W  P7S\_WK |
| 01M-2A\_W08 | podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości | P7U\_W  P7S\_WK |
|  | UMIEJĘTNOŚCI: potrafi |  |
| 01M-2A\_U01 | formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy dotyczące kultury mediów i sztuki mediów oraz innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach, w tym formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami badawczymi w zakresie kultury mediów i sztuki mediów | P7U\_U  P7S\_UW |
| 01M-2A\_U02 | właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, oceniać je, krytycznie analizować i syntezować oraz twórczo intepretować i prezentować | P7U\_U  P7S\_UW |
| 01M-2A\_U03 | dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia rozwiązywania problemów z zakresu kultury mediów i sztuki mediów, a także przystosowywać istniejące bądź opracowywać nowe metody i narzędzia | P7U\_U  P7S\_UW |
| 01M-2A\_U04 | komunikować się na tematy specjalistyczne związane z kulturą mediów i sztuką mediów ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców | P7U\_U  P7S\_UK |
| 01M-2A\_U05 | prowadzić debatę | P7U\_U  P7S\_UK |
| 01M-2A\_U06 | posługiwać się językiem obcym na poziomie C1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz specjalistyczną terminologią | P7U\_U  P7S\_UK |
| 01M-2A\_U07 | współdziałać z innymi osobami w wielokulturowych zespołach, pełniąc różne role (w tym kierując zespołem) oraz rozwiązując konflikty wewnątrzgrupowe | P7U\_U  P7S\_UO |
| 01M-2A\_U08 | samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie | P7U\_U  P7S\_UU |
|  | KOMPETENCJE SPOŁECZNE:  jest gotów do/jest gotowa do |  |
| 01M-2A\_K01 | krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści | P7U\_K  P7S\_KK |
| 01M-2A\_K02 | uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii eksperckiej w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu | P7U\_K  P7S\_KK |
| 01M-2A\_K03 | wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz interesu publicznego, zwłaszcza działalności w obszarze kultury mediów i sztuki mediów | P7U\_K  P7S\_KO |
| 01M-2A\_K04 | myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy poprzez realizację własnych i zespołowych kreatywnych projektów i poszukiwanie nowych rozwiązań w obszarze przemysłów kreatywnych | P7U\_K  P7S\_KO |
| 01M-2A\_K05 | odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych w polu kultury mediów i sztuki mediów z uwzględnieniem zmieniających się, także pod wpływem rozwoju nowych mediów, potrzeb społecznych, w tym rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu | P7U\_K  P7S\_KR |
| 01M-2A\_K06 | przestrzegania i rozwijania zasad etyki zawodowej (w tym etyki badań naukowych) oraz działania na rzecz przestrzegania tych zasad | P7U\_K  P7S\_KR |

**13. Efekt uczenia się z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego**

01M-2A\_W07: absolwent/absolwentka kierunku *Media Arts Cultures* zna i rozumie zasady ochrony prawa autorskiego i własności przemysłowej.

**14. Wnioski z analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego, wnioski z analizy wyników monitoringu karier zawodowych absolwentów oraz sprawdzone wzorce międzynarodowe przy jednoczesnym uwzględnieniu specyfiki kierunku**

Analiza zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego w kontekście obszaru kultury mediów i sztuki mediów prowadzona jest przez Konsorcjum Media Arts Cultures z udziałem Partnerów Stowarzyszonych – wiodących instytucji dedykowanych kulturze mediów i sztuce mediów, których przedstawiciele i przedstawicielki uczestniczą w pracach nad programem studiów i jego realizacją, zaś w ich instytucjach studenci i studentki odbywają praktyki, pozwalające zdobyć umiejętności praktyczne i rozpoznać możliwości zatrudnienia w obszarze kultury mediów i sztuki mediów. Zgodność efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy i otoczenia społecznego potwierdzają zebrane dotychczas informacje o karierach zawodowych absolwentek i absolwentów kierunku. Monitorowanie przebiegu karier zawodowych absolwentów i absolwentek *Media Arts Cultures* leży w zakresie obowiązków Konsorcjum. Aktualnie trwają prace nad raportem dotyczącym sytuacji pierwszych roczników absolwentek i absolwentów, których sylwetki prezentowane są także na stronie internetowej projektu.

Absolwenci i absolwentki kierunku *Media Arts Cultures* podejmują pracę lub dalsze kształcenie zgodnie z uzyskanym wykształceniem, w kraju pochodzenia lub krajach Unii Europejskiej. Pracują jako kuratorzy w instytucjach dedykowanych sztuce nowych mediów, organizatorzy wydarzeń artystycznych, projektanci, nauczyciele akademiccy i badacze, pracownicy organizacji pozarządowych i projektów międzynarodowych, artyści. Niektóre osoby podejmują studia doktoranckie, uzyskując stypendia prestiżowych uczelni i instytucji. Podkreślić należy również wysoki poziom przedsiębiorczości – wśród absolwentów i absolwentek znajdziemy osoby, które po powrocie do kraju pochodzenia zidentyfikowały luki w obszarze kultury mediów i sztuki mediów, a następnie podjęły inicjatywy skutkujące stworzeniem nowych miejsc pracy odpowiadających na lokalne potrzeby, jak agencja zajmująca się turystyką związaną ze sztuką medialną w Moskwie.

Podczas przygotowywania programu kierunku *Media Arts Cultures* dokonany został przegląd istniejących programów studiów magisterskich poświęconych kulturze mediów i sztuce mediów, a także programów skoncentrowanych na teorii mediów, studiach kulturowych lub praktykach sztuk medialnych, prowadzonych w języku angielskim. Są to, między innymi, *Research MA Media Studies* oraz *New Media and Digital Culture* prowadzone w Uniwersytecie w Amsterdamie, *Sociology of Culture, Media and the Arts* w Uniwersytecie Erazma w Rotterdamie, *Experimental Media Art Practices* w Srishti Institute of Art, Design &Technology w Bangalore, *Media, Art and Performance Studies* w Uniwersytecie w Utrechcie, *Media Arts and Practices* w Uniwersytecie w Novej Goricy, *Cultural Sciences – Culture, Arts and Media* w Uniwersytecie w Lüneburgu. Wśród zróżnicowanych programów studiów magisterskich niewiele łączy elementy teoretyczno- i historyczno-medialne z praktycznymi, co jest cechą charakterystyczną programu *Media Arts Cultures*. Kierunek *Media Arts Cultures* wyróżnia także intensywna mobilność, pozwalająca zaoferować efekty uczenia się, których nie dałoby się zrealizować w jednej instytucji.

**15. Związek studiów z misją uczelni i jej strategią rozwoju**

Program *Media Arts Cultures*, projektowany w duchu otwartości na świat w całym jego bogactwie i złożoności, świadcząc o przywiązaniu do europejskich tradycji akademickich, jest zgodny z misją Uniwersytetu Łódzkiego. Realizowane są w nim idee wolności badań naukowych oraz swobody akademickiej dyskusji. Ważnym jego aspektem jest kształcenie w duchu otwartości na inne poglądy, tolerancyjności, gotowości do zmiany stanowiska, co w połączeniu z proponowanym zakresem refleksji, niewątpliwie ma szansę przyczynić się do kształtowania polskich i międzynarodowych elit. Jako program odnoszący się do bieżących przemian otoczenia kulturowego, kształcący przyszłych ekspertów i ekspertki w dynamicznie zmieniającej się dziedzinie, niewątpliwie spełnia założenie innowacyjności dla rozwoju. Jest on także praktyczną realizacją współpracy międzynarodowej na poziomie europejskim i światowym. Niezwykle istotnym komponentem zajęć dydaktycznych będzie tu kształtowanie kompetencji interkulturowych, które są warunkiem dobrej współpracy w międzynarodowych zespołach w różnych dziedzinach życia.

Kierunek *Media Arts Cultures*, jako kierunek prowadzony w języku angielskim w formule Erasmus Mundus Joint Master Degree, jest zgodny ze strategią rozwoju Uniwersytetu Łódzkiego. Pozwoli on przyciągnąć do Uczelni studentów i studentki z zagranicy. Kształt programu, wynikający z realizowanych w poszczególnych uczelniach (w tym UŁ) badań, zakłada zarówno prowadzenie zajęć przez zagranicznych badaczy i badaczki w UŁ, jak i pobyty dydaktyczne pracowników i pracownic UŁ w uczelniach partnerskich.

**16. Różnice w stosunku do innych programów studiów o podobnie zdefiniowanych celach i efektach uczenia się prowadzonych w Uniwersytecie Łódzkim**

Najbliższe programowi *Media Arts Cultures* pod względem celów i efektów kształcenia są studia kulturoznawcze o specjalizacji nowe media. Różnią się one jednak zarówno formułą studiów (*Media Arts Cultures* to studia międzynarodowe, prowadzone w języku angielskim, dzięki zakładanej mobilności studentów i studentek pozwalające na rozwinięcie kompetencji interkulturowych), jak i rozłożeniem akcentów w procesie kształcenia – znacząco większa uwaga jest skierowana na działania o charakterze praktycznym. Studia *Media Arts Cultures*, łącząc tradycje badawcze i praktyki dydaktyczne czterech uczelni, w których prowadzone są ożywione prace w zakresie kultury nowych mediów, umożliwiają studentom i studentkom pracę w międzynarodowym otoczeniu, pod opieką specjalistów i specjalistek z różnych uczelni oraz instytucji partnerskich.

**17. Plan studiów**



**18. Bilans punktów ECTS wraz ze wskaźnikami charakteryzującymi program studiów**

1. liczba semestrów i łączna liczba punktów ECTS, jaką student musi zdobyć, aby uzyskać określone kwalifikacje: 4 semestry i 120 punktów ECTS
2. liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kontaktowych (wymagających bezpośredniego udziału wykładowców i studentów): 90 ECTS
3. łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć kształtujących umiejętności praktyczne: 20 ECTS
4. liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły kształcenia w zakresie zajęć ogólnouczelnianych lub na innym kierunku studiów: 10 ECTS
5. liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać z dziedziny nauk społecznych: 5 ECTS.

**19. Opis procesu prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się**

1. **opis poszczególnych przedmiotów lub modułów procesu kształcenia** – zob. Załącznik.
2. **tabela określająca związki między efektami kierunkowymi a efektami uczenia się zdefiniowanymi dla poszczególnych przedmiotów lub modułów procesu kształcenia**



1. **wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych**

Studenckie praktyki zawodowe stanowią praktyczne uzupełnienie procesu dydaktyczno-edukacyjnego i jako część składowa programu studiów są zaliczane na ocenę oraz objęte punktacją ECTS w wymiarze 5 ECTS. Praktyki odbywają się w wymiarze 150 godzin w wybranych instytucjach dedykowanych kulturze mediów i sztuce mediów na podstawie umowy zawieranej przez Konsorcjum i instytucję. Podstawą zaliczenia jest raport z przebiegu praktyk przygotowany przez studenta/studentkę. Więcej informacji na stronie projektu: www.mediaartscultures.eu.

1. **zajęcia zapewniające studentom udział w badaniach:** Media Arts Histories and Media Arts Cultural Heritage; Experience Design in Media Arts Cultures: From Concept to Production; Media Arts Case Studies; New Media Aesthetics; Game Culture and Gamification; Media Arts Management and Curating; Approaching Interactive Art; Independent Study.
2. **wykaz i wymiar szkoleń obowiązkowych, w tym szkolenia bhp oraz szkolenia z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego**

W toku studiów studenci i studentki odbywają trzy obowiązkowe szkolenia – w zakresie prawa autorskiego (10 godzin), kompetencji bibliotekoznawczych (2 godziny) oraz bezpieczeństwa i higieny pracy (4 godziny) – zgodnie z przepisami obowiązującymi na Wydziale Filologicznym UŁ.