

UCHWAŁA NR 87 / 2025

**RADY DYDAKTYCZNEJ WYDZIAŁU HUMANISTYCZNEGO
UNIwersYTETU SZCZECIŃSKIEGO**

z dnia 8 lipca 2025 r.

**w sprawie wyrażenia opinii dotyczącej wniosku o uzyskanie zgody na rozpoczęcie
procedury tworzenia nowego kierunku studiów: *Global Communication* studia drugiego
stopnia**

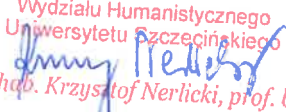
Na podstawie § 88 ust. 3 pkt. 5 Statutu Uniwersytetu Szczecińskiego, stanowiącego załącznik do Uchwały nr 58/2019 Senatu Uniwersytetu Szczecińskiego z dnia 30 maja 2019 r. w sprawie przyjęcia Statutu Uniwersytetu Szczecińskiego, Rada Dydaktyczna Wydziału Humanistycznego stanowi, co następuje:

§ 1

Rada Dydaktyczna Wydziału Humanistycznego wyraża pozytywną opinię w sprawie wniosku do Prorektor ds. Kształcenia o uzyskanie zgody na rozpoczęcie procedury tworzenia nowego kierunku studiów: *Global Communication*, studia drugiego stopnia, profil ogólnoakademicki, forma stacjonarna, dyscyplina wiodąca językoznawstwo, studia prowadzone w języku angielskim. Wniosek stanowi załącznik do niniejszej uchwały.

§ 2

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

DZIEKAN
Wydziału Humanistycznego
Uniwersytetu Szczecińskiego

dr hab. Krzysztof Nerlicki, prof. US

Szczecin, 1 lipca 2025 r.

Wnioskodawca:
dr Michał Baran
Instytut Językoznawstwa
koordynator kierunku Global Communication
na Wydziale Humanistycznym

Dziekan Wydziału
Humanistycznego
dr hab. Krzysztof Nerlicki, prof. US

Wniosek o podjęcie inicjatywy utworzenia studiów na kierunku

Zwracam się z uprzejmą prośbą o wszczęcie procedury utworzenia studiów na kierunku **Global Communication (studia drugiego stopnia)** (wpisać nazwę kierunku studiów).

1. Ogólna charakterystyka studiów:

- a) wstępna (przewidywana) nazwa kierunku (w języku polskim, w języku angielskim, poziom, profil forma studiów):
 - nazwa kierunku w języku polskim: **Komunikacja Globalna**
 - nazwa kierunku w języku angielskim: **Global Communication**
 - poziom: **II stopnia**
 - profil: **ogólnoakademicki**
 - forma studiów: **stacjonarne**
- b) wstępne przyporządkowanie kierunku do dyscypliny lub dyscyplin (ze wskazaniem dyscypliny wiodącej, informacja o przyznanej kategorii naukowej dla dyscypliny wiodącej, wskazanie kodu ISCED):
 - dyscyplina/ dyscypliny: **językoznawstwo, nauki socjologiczne**
 - dyscyplina wiodąca: **językoznawstwo**
 - kategoria naukowa dla dyscypliny wiodącej: **B+**
 - kod ISCED: **0231, 0232**
- c) liczba semestrów i liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:

- liczba semestrów: 4
 - liczba punktów ECTS: 120
- d) tytuł zawodowy nadawany absolwentom: **magister**
- e) nazwy specjalności w języku polskim i w języku angielskim, jeżeli są przewidywane (jeżeli są przewidywane specjalności, to muszą być przynajmniej dwie, jeżeli jest więcej wpisać odpowiednio):
- 1) nazwa specjalności w języku polskim: [Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst](#)
nazwa specjalności w języku angielskim: [Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst](#)
 - 2) nazwa specjalności w języku polskim: [Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst](#)
nazwa specjalności w języku angielskim: [Kliknij tutaj, aby wprowadzić tekst](#)
- f) język kształcenia (prowadzenia studiów) w przypadku kierunków filologicznych należy dodatkowo podać język filologii obcej: **angielski**
- g) koncepcja kształcenia:
- wskazanie związku studiów ze strategią Uczelni: **Jednym z celów strategicznych Uniwersytetu Szczecińskiego na lata 2019 – 2028 jest wysoka jakość kształcenia, osiągnąca między innymi poprzez rozszerzanie oferty kierunków studiów prowadzonych w językach obcych. Utworzenie studiów II stopnia na kierunku Global Communication, prowadzonym w języku angielskim, będzie ważnym etapem w realizacji tego celu, wpisując się jednocześnie w doskonalenie oferty programowej uczelni w dziedzinie nauk humanistycznych. Kolejnym celem strategicznym US jest współpraca z otoczeniem społeczno-gospodarczym, która wymaga ciągłego dostosowywania oferty kształcenia do wyzwań współczesnego rynku pracy. Do takich wyzwań należy między innymi praca w zespołach wielokulturowych oraz interdyscyplinarnych, często rozproszonych geograficznie. Program studiów II stopnia na kierunku Global Communication jest odpowiedzią na rosnące potrzeby interesariuszy zewnętrznych, którzy poszukują specjalistów od skutecznej komunikacji z biegłą znajomością języka angielskiego oraz innych języków obcych. Niezależnie od profilu swojej działalności, każda współczesna firma potrzebuje wsparcia w budowaniu kultury organizacyjnej, marki oraz wizerunku na rynku lokalnym i globalnym. Dlatego też obecny rynek pracy ceni kandydatów, którzy potrafią umiejętnie przekazywać informacje w mediach społecznościowych, budować relacje z klientami i partnerami oraz tworzyć spójne treści dostosowane do różnych odbiorców celem promocji firmy. Takimi kandydatami będą absolwenci studiów II stopnia na kierunku Global Communication, posiadający nie tylko szeroką wiedzę językoznawczą, ale również umiejętności i kompetencje społeczne umożliwiające zastosowanie tej wiedzy w praktyce, niezależnie od środowiska pracy, w którym zechcą się rozwijać. Warto dodać, że studia II**

stopnia *Global Communication* przygotowują studentów również do kariery naukowej w środowisku akademickim. Absolwenci proponowanego kierunku będą potencjalnymi kandydatami do Szkoły Doktorskiej US, a w przyszłości mogą zostać pracownikami badawczymi i badawczo-dydaktycznymi naszej uczelni, przyczyniając się znacząco do realizacji strategii rozwoju US jako silnego ośrodka naukowego.

- opis sylwetki absolwenta: Absolwent kierunku *Global Communication* posiada pogłębioną i interdyscyplinarną wiedzę z zakresu językoznawstwa, pragmatyki, socjolingwistyki, komunikacji międzykulturowej oraz współczesnych wyzwań związanych z komunikacją globalną. Zna nowoczesne metody badań językoznawczych oraz potrafi analizować język i dyskurs w kontekście społecznym, kulturowym, politycznym i technologicznym. Biegłe posługuje się językiem angielskim w mowie i piśmie, w tym w rejestrach specjalistycznych, takich jak język prawa, mediów, nauki czy komunikacji korporacyjnej. Dodatkowo rozwija kompetencje w zakresie wybranego języka obcego (np. norweskiego, włoskiego lub duńskiego). Absolwent potrafi efektywnie komunikować się w środowisku międzynarodowym, z uwzględnieniem zróżnicowania kulturowego, językowego i społecznego. Jego umiejętności obejmują zarówno tworzenie profesjonalnych tekstów (np. biznesowych, prawnych, promocyjnych), jak i wystąpienia publiczne oraz działania z zakresu dyplomacji publicznej, marketingu i public relations. Dzięki wiedzy o komunikacji w kontekście zdrowia, tożsamości społecznych i mediów, absolwent rozumie znaczenie komunikacji w kształtowaniu relacji społecznych i międzynarodowych. Jest przygotowany do pracy w instytucjach międzynarodowych, mediach, organizacjach pozarządowych, sektorze marketingowym i edukacyjnym, a także w działach komunikacji korporacyjnej i agencjach PR. Może rozwijać swoją karierę jako specjalista ds. komunikacji, konsultant międzykulturowy, analityk dyskursu, doradca w zakresie komunikacji strategicznej czy rzecznik prasowy. Potrafi samodzielnie planować rozwój zawodowy i naukowy, krytycznie oceniać własne kompetencje oraz elastycznie reagować na zmiany zachodzące we współczesnym świecie. Jego postawa charakteryzuje się otwartością kulturową, etycznym podejściem do komunikacji oraz gotowością do działania na rzecz dialogu międzykulturowego i zrównoważonego rozwoju w wymiarze lokalnym i globalnym.
- wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia studiów oraz zgodności sylwetki absolwenta z tymi potrzebami (oprócz opisu należy dołączyć dokumenty, informacje na temat przeprowadzonych konsultacji z przedstawicielami otoczenia społeczno-gospodarczego): **Utworzenie studiów II stopnia na kierunku *Global Communication* odpowiada na liczne potrzeby wciąż rozwijającego się**

rynku pracy w regionie. Województwo Zachodniopomorskie, charakteryzujące się intensywnymi kontaktami transgranicznymi, potrzebuje specjalistów przygotowanych do komunikacji w językach obcych oraz zaznajomionych z aspektami społecznymi i kulturowymi krajów sąsiadujących. Rola regionu zachodniopomorskiego na polu współpracy zagranicznej stale wzrasta, co powoduje, że na rynku pracy potrzeba pracowników silnie ukierunkowanych na praktyczne wykorzystanie umiejętności językowych oraz posiadających kompetencje w zakresie mechanizmów profesjonalnej komunikacji w instytucjach publicznych, organizacjach międzynarodowych, mediach czy sektorze marketingu i komunikacji korporacyjnej. Program studiów II stopnia na kierunku *Global Communication* umożliwi absolwentom nie tylko doskonalenie umiejętności w zakresie praktycznego wykorzystania języków obcych, ale również zdobycie wiedzy związanej ze związkami komunikacji z tożsamościami społecznymi i zdrowiem publicznym oraz w zakresie wystąpień publicznych i pisanie specjalistycznego. Wiedza ta odpowiada aktualnym potrzebom społeczeństwa regionu transgranicznego. Wprowadzenie nowych języków obcych, takich jak duński, norweski i włoski, kładzie nacisk na internacjonalizację kształcenia i rozwinięcie współpracy międzynarodowej, istotnych dla dalszego rozwoju regionu.

2. Uzasadnienie utworzenia studiów na określonym kierunku, poziomie i profilu ze szczególnym wskazaniem różnic w stosunku do aktualnej oferty studiów w Uczelni: Utworzenie studiów magisterskich na kierunku *Global Communication* będzie stanowić naturalne i merytoryczne rozwinięcie istniejącego programu studiów I stopnia oraz odpowiedź na rosnące potrzeby współczesnego rynku pracy. Nowy program kształcenia przygotuje specjalistów zdolnych do pogłębionej analizy zjawisk językowych i komunikacyjnych w zróżnicowanych kontekstach społecznych, kulturowych i zawodowych, a także wyposaży ich w umiejętności badawcze i praktyczne niezbędne w pracy w środowisku międzynarodowym. Podczas gdy obecne studia I stopnia o charakterze interdyscyplinarnym oferują studentom szeroką wiedzę ogólną z zakresu językoznawstwa, komunikacji społecznej, socjologii, kulturoznawstwa i prawa, studia II stopnia pogłębią tę wiedzę oraz ukierunkują ją na konkretne zastosowania badawcze i zawodowe. W odróżnieniu od programu I stopnia, który koncentruje się na wprowadzeniu do najważniejszych zagadnień teoretycznych i praktycznych, nowy program II stopnia skupi się na pogłębionej analizie teoretycznej, refleksji krytycznej oraz rozwijaniu samodzielności naukowej studentów. Szczególny nacisk zostanie położony na nowoczesne podejścia w językoznawstwie, takie jak pragmatyka i językoznawstwo kognitywne, a także na rozwój kompetencji badawczych w zakresie socjolingwistyki interakcyjnej. Nowy kierunek wyróżni się także silnym ukierunkowaniem na umożliwienie studentom zdobycie kompetencji niezbędnych w pracy w instytucjach publicznych,

organizacjach międzynarodowych, mediach czy sektorze marketingu i komunikacji korporacyjnej. Przedmioty takie jak *Public diplomacy*, *Communication in marketing*, *Public relations* czy *Communication and health* pozwolą studentom poznać mechanizmy profesjonalnej komunikacji w zróżnicowanych kontekstach instytucjonalnych. Uzupełnieniem tej oferty będą także zajęcia poświęcone związkom komunikacji z tożsamościami społecznymi i zdrowiem publicznym, co wpisze się w aktualne potrzeby społeczeństwa zglobalizowanego i zróżnicowanego kulturowo. Program studiów będzie również wspierał rozwój pogłębionych kompetencji językowych – zarówno w zakresie gramatyki i stylistyki, jak i w zakresie wystąpień publicznych oraz pisania specjalistycznego. Elementem wyróżniającym będzie wprowadzenie nowych języków obcych, takich jak norweski, włoski i duński, co odpowie na potrzeby internacjonalizacji kształcenia i rozwijającej się współpracy międzynarodowej, zwłaszcza z krajami Europy Północnej i Południowej. Uruchomienie studiów magisterskich na kierunku *Global Communication* będzie istotnym krokiem w rozwoju oferty dydaktycznej uczelni (w której obecnie są tylko jedno humanistyczne studia II stopnia prowadzone w języku angielskim). Kierunek ten odpowie na realne potrzeby edukacyjne i zawodowe absolwentów studiów licencjackich oraz na wyzwania wynikające z dynamicznych przemian społecznych, kulturowych i technologicznych. Jego interdyscyplinarny i praktyczny charakter zapewni absolwentom solidne przygotowanie zarówno do pracy w zróżnicowanych środowiskach zawodowych, jak i do dalszej kariery naukowej.

3. Wstępne założenia do programu studiów (oba punkty można zrobić jako opis lub jako tabelę):
 - a) przewidywaną liczbę godzin z podziałem na formy zajęć: **laboratoria – 390; konwersatoria/ćwiczenia – 275; seminarium – 120; wykład – 59**
 - b) wstępną listę nazw przedmiotów z formami zajęć: **Advanced grammar – Zaawansowana gramatyka (laboratorium), Advanced writing skills – Zaawansowane umiejętności pisania (laboratorium), Advanced speaking and presentation skills – Zaawansowane umiejętności mówienia i prezentacji (laboratorium), Methodology of linguistic research – Metodologia badań językoznawczych (konwersatorium/ćwiczenia), Foreign language – Język obcy (laboratorium), MA Seminar – Seminarium magisterskie (seminarium), Occupational health and safety training – Szkolenie BHP (konwersatorium/ćwiczenia), Library training – Szkolenie biblioteczne (wykład), E-learning training – Szkolenie E-learning (wykład), Public diplomacy – Dyplomacja publiczna (konwersatorium/ćwiczenia), Modern challenges in intercultural communication – Współczesne wyzwania w komunikacji międzykulturowej (konwersatorium/ćwiczenia), Communication in marketing – Komunikacja w marketingu (konwersatorium/ćwiczenia), Modern tendencies in cognitive linguistics – współczesne tendencje w językoznawstwie kognitywnym (konwersatorium/ćwiczenia), Modern tendencies in pragmatics – współczesne tendencje w pragmatyce (konwersatorium/ćwiczenia), History of**

communication – Historia komunikacji (konwersatorium/ćwiczenia), Communication and social identities – Komunikacja i tożsamości społeczne (konwersatorium/ćwiczenia), Social sciences lecture – wykład z zakresu nauk społecznych (wykład), Public relations – relacje publiczne (konwersatorium/ćwiczenia), Communication and health – komunikacja i zdrowie (konwersatorium/ćwiczenia), Ecolinguistics - Ekolingwistyka (konwersatorium/ćwiczenia), Media communication and society – Komunikacja medialna i społeczeństwo (konwersatorium/ćwiczenia), Entrepreneurship – przedsiębiorczość (wykład).

4. Informacje uzupełniające:

- a) czy studia będą prowadzone wspólnie z inną uczelnią lub innym podmiotem? (jeżeli tak, to podać z jakim, jeżeli nie należy wpisać NIE) **NIE**
- b) czy studia będą prowadzone pod patronatem lub we współpracy z podmiotem zewnętrznym? (jeżeli tak, to podać z jakim oraz podać informację czy są prowadzone rozmowy, czy jest podpisany jest intencyjny lub inne informacje wskazujące, że podmiot jest zainteresowany patronatem lub współpracą) **NIE**
- c) czy studia będą prowadzone w zakresie programu podwójnego dyplomu? (*double degree*) (jeżeli tak, to podać nazwę uczelni zagranicznej, jeżeli nie wpisać NIE): **NIE**
- d) czy studia będą wymagały pozwolenia ministra? (wpisać TAK lub NIE): Wybierz
- e) czy studia będą realizowały standardy kształcenia przygotowujące do wykonywania zawodu? (jeżeli tak – to należy wpisać jakie standardy i do jakiego zawodu): **NIE**
- f) czy studia będą realizowały efekty inżynierskie? (wpisać TAK lub NIE): **NIE**
- g) czy studia będą dawały dodatkowe uprawnienia? (jeżeli tak, to jakie i na jakiej podstawie te uprawnienia będą nadawane) **NIE**
- h) czy utworzenie studiów na kierunku będzie wymagało zatrudnienia nowych pracowników lub powierzenia realizacji zadań (zajęć) w ramach umów cywilnoprawnych? **TAK: w zależności od potrzeb godzinowych i wyników rekrutacji, może zaistnieć konieczność zatrudnienia ewentualnych osób tylko na etatach badawczo-dydaktycznych w Instytucie Językoznawstwa oraz/lub dodatkowych osób w ramach umów cywilnoprawnych na Wydziale Humanistycznym**

Wniosek musi być zaakceptowany w systemie EZD przez wnioskodawcę lub dołączony skan z podpisem

.....

podpis wnioskodawcy