

dr hab. Krzysztof Marek Bąk prof. UŚ

Uniwersytet Śląski w Katowicach

Wydział Sztuki i Nauk o Edukacji

Instytut Sztuk Plastycznych

OCENA KIERUNKU STUDIÓW „TWÓRCZE PISANIE I MARKETING WYDAWNICZY”

studia II stopnia, profil ogólnoakademicki

Dla potrzeb oceny przedstawiono wymaganą dokumentację: opis programu studiów, wykaz efektów uczenia się, plan studiów, opis modułów.

Zgodnie z tezą zawartą w opisie programów studiów kierunek wpisuje się w misję i strategię Uniwersytetu Śląskiego. Pomimo dość swobodnego opisu i pewnej ogólnikowości stwierdzeń zawartych w tabeli poz. 8: „Związek kierunku studiów ze strategią rozwoju, w tym misją uczelni”, nie mam wątpliwości, iż proponowany kierunek jest potrzebny zarówno Uniwersytetowi jak i społeczności naszego regionu. Wpisuje się doskonale w już funkcjonującą kulturę artystyczną i jest odpowiedzią na aspiracje, by w regionie kształcić twórczych humanistów. Stanowić będzie dobre uzupełnienie dydaktyki prowadzonej na studiach pierwszego stopnia na Wydziale Humanistycznym. Z uwagi na podkreślany wymóg ścisłego związku kształcenia z prowadzonymi na uczelni badaniami naukowymi, sugerowałbym wskazanie wprost strategicznych POB do których odwołuje się kierunek.

Nie mam uwag merytorycznych w stosunku do przedstawionych opisów modułów oraz efektów uczenia się.

Całość programu jest logiczna, klarowna i nowoczesna. Ukończenie studiów pozwala stać się absolwentowi czynnym uczestnikiem życia kulturalno-artystycznego, świadomym społecznej roli humanisty, przygotowuje do podejmowania własnej działalności naukowej czy twórczej. Wykształca również umiejętności praktyczne, pozwalające odnaleźć się na rynku pracy. W tym kontekście brakuje mi konieczności realizowania praktyk zawodowych — choćby w symbolicznym wymiarze — które pozwoliłyby studentowi lepiej zrozumieć zasady i praktyczne funkcjonowanie marketingu wydawniczego. Ponadto sugerowałbym wprowadzenie (w niewielkim zakresie godzinowym) modułu związanego z podstawami

projektowania graficznego w kontekście grafiki wydawniczej — nie po to jednak, aby absolwent stał się projektantem, a jedynie, by miał świadomość procesów i zależności w zakresie formalnej realizacji dzieła (publikacji).

Ponieważ zgodnie z założeniem twórców program ma charakter w znacznej mierze ćwiczeniowy / laboratoryjny, rozważyłbym czy jednak ilość godzin BUNA nie jest zbyt mała. Obecnie przewidziano ich 825 co oznacza, że student musi samodzielnie zrealizować 2775 godzin wynikających z wymaganej ilości pkt erts (120).

Zaznaczam, że powyższe uwagi nie wpływają na ogólną, bardzo pozytywną ocenę projektowanego kierunku, są jedynie głosem mającym zachęcić do dyskusji w grupie autorów programu.

W przygotowanej dokumentacji znalazło się kilka drobnych błędów, a właściwie niedopatrzeń formalnych, koniecznych jednak do poprawienia przed procedurą głosowania nad uruchomieniem kierunku:

1. Nie wypełniono pozycji 23 opisu programu studiów.
2. W planie studiów wykazano jedynie 119 ECTS — powinno być 120.
3. W module „Marketing wydawniczy” błędnie podano ilość godzin pracy własnej studenta jest 30 powinno być 90.
4. W module „Moduł dyplomowy: przygotowanie propozycji wydawniczej i strategii pisarskiej I” oraz „Moduł dyplomowy: przygotowanie propozycji wydawniczej i strategii pisarskiej II” błędnie podano ilość godzin pracy własnej studenta jest 30 powinno być 150.

Niniejsza ocena jest nad wyraz krótka. Wynika to z wysokiej jakości przedstawionego materiału i braku konieczności wykazywania nieścisłości czy błędów. Proponowany kierunek oceniam bardzo wysoko, co więcej uważam go za wzorcowy dla innych kierunków humanistycznych i artystycznych. Z pełnym przekonaniem rekomenduje utworzenie studiów II stopnia TWÓRCZE PISANIE I MARKETING WYDAWNICZY w Uniwersytecie Śląskim.

09.03.2020

