



**PROGRAM STUDIÓW
NOWE MEDIA
PROFIL PRAKTYCZNY**

**INSTYTUT HUMANISTYCZNY
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA
W GŁOGOWIE**

GŁOGÓW 2021

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW	3
CELE KSZTAŁCENIA – SYLWETKA ABSOLWENTA	3
Sylwetka absolwenta specjalności PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKLAMA	4
Sylwetka absolwenta specjalności MULTMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE	4
EFEKTY UCZENIA SIĘ NA KIERUNKU NOWE MEDIA - STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA – PROFIL PRAKTYCZNY	5
PROGRAM STUDIÓW	16
Liczba semestrów	17
Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia	17
Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych.....	18
Moduły kształcenia	18
Przedmioty do wyboru.....	19
Procentowy udział wykładów oraz zajęć praktycznych w cyklu kształcenia.....	22
ZASADY REKRUTACJI.....	24
ZAŁĄCZNIKI	24

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

NAZWA KIERUNKU STUDIÓW	NOWE MEDIA
SPECJALNOŚCI	1. PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKALMA 2. MULTIMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE
POZIOM KSZTAŁCENIA	I STOPIEŃ
PROFIL KSZTAŁCENIA	PRAKTYCZNY
FORMA STUDIÓW	STACJONARNE NIESTACJONARNE
DZIEDZINA NAUKI	DZIEDZINA NAUK SPOŁECZNYCH, DZIEDZINA NAUK HUMANISTYCZNYCH
DYSCYPLINY NAUKOWE	NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH (WIODĄCA) – 80%, JĘZYKOWZNAWSTWO – 15%, LITERATUROZNAWSTWO - 5%
TYTUŁ ZAWODOWY UZYSKIWANY PRZEZ ABSOLWENTA	LICENCJAT

CELE KSZTAŁCENIA – SYLWETKA ABSOLWENTA

Celem studiów I stopnia na kierunku nowe media jest wyposażenie absolwenta w wiedzę na temat: problematyki nowych mediów, metod badań medioznawczych, komunikacji społecznej, fotografii, najnowszych trendów w sieci, współczesnych gatunków dziennikarstwa internetowego, prasowego, telewizyjnego i radiowego, reklamy, grafiki komputerowej itd. Absolwent kierunku nowe media będzie przygotowany do wykonywania zawodu związanego z szeroko pojętą dziedziną nowych mediów. Perspektywy zatrudnienia: media publiczne

i prywatne; redakcje dziennikarstwa prasowego, radiowego, telewizyjnego, internetowe: portale internetowe, newsroomy; agencje researcherskie; agencje Public Relations, agencje reklamowe, instytucje kulturalne i artystyczne; działy marketingu i promocji; działy kontaktów z mediami itp.

SYLWETKA ABSOLWENTA SPECJALNOŚCI PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKLAMA

Specjalność ta pozwoli zdobyć wiedzę oraz umiejętności praktyczne z zakres Public Relations, Social Media i reklamy. Ma na celu przekazanie najnowszej wiedzy oraz umiejętności praktycznych niezbędnych do projektowania i realizacji działań na rzecz kreowania wizerunku firmy lub organizacji. Ukończenie specjalności pomaga w rozumieniu potrzeby tworzenia programów komunikowania się z otoczeniem oraz pogłębia znajomość technik, narzędzi i warunków współczesnej komunikacji społecznej.

Specjalność pozwoli sprawnie poruszać się w obszarze mediów społecznościowych, tworzyć wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji. Pozwala także na zdobycie wiedzy teoretycznej i umiejętności praktycznych związanych z szeroko pojętą branżą reklamową. Pogłębiona wiedza teoretyczna z zakresu reklamy łączy się z wiedzą specjalistyczną, jako elementem rynkowej komunikacji firm i przedsiębiorstw.

Zdobyta wiedza daje absolwentom znajomość procesów, mechanizmów i metod efektywnego i adekwatnego komunikowania się w wysoce rozwiniętych współczesnych społeczeństwach, także w kontekście coraz dynamiczniej rozwijającego się systemu medialnego i ekonomicznego. Przedmioty i bloki specjalnościowe pozwalają na zdobycie kompetencji praktycznych dopasowanych do kontekstu rynkowego.

SYLWETKA ABSOLWENTA SPECJALNOŚCI MULTIMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE

Absolwent nowych mediów ze specjalnością multimedia i projektowanie graficzne jest przygotowany do działań kreatywnych w ramach grafiki komputerowej, projektowania graficznego, fotografii, filmu. Uzyskał wiedzę z zakresu zwiększenia swojej skuteczności w sieci.

Program studiów umożliwia zdobycie wiedzy teoretycznej oraz praktycznych umiejętności w dziedzinie grafiki projektowej i działaniach multimedialnych, tworząc z multimedii dziedzinę interdyscyplinarną.

Student zdobywa umiejętność projektowania systemów komunikacji wizualnej i identyfikacji graficznej oraz przygotowania multimedialnych projektów wizualnych. Specjalność multimedia i projektowanie graficzne wyposaża w praktyczne umiejętności posługiwania się graficznymi programami komputerowymi oraz wiedzę potrzebną do realizacji projektu w różnych mediach komercyjnych.

Studia przygotowują do samodzielnej pracy grafika projektanta w agencjach reklamowych, studiach graficznych czy wydawnictwach.

EFEKTY UCZENIA SIĘ NA KIERUNKU NOWE MEDIA - STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA – PROFIL PRAKTYCZNY

Umiejscowienie kierunku w dziedzinach kształcenia

Kierunek nowe media należy do dziedziny nauk humanistycznych, dziedziny nauk społecznych.

Specyfika kierunku na poziomie studiów I stopnia polega na uwzględnieniu w programie studiów głównych tradycji, szkół i kierunków w humanistyce i naukach społecznych, skoncentrowanych na zagadnieniach historii i teorii mediów oraz metodologii badań medioznawczych.

Zastosowane symbole:

K (K_) – kierunkowe efekty uczenia się

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – po podkreślniku (_K) – kategoria kompetencji społecznych

H1P – efekty uczenia się w dziedzinie nauk humanistycznych dla 1. stopnia, profil praktyczny

S1P – efekty uczenia się w dziedzinie nauk społecznych dla 1. stopnia, profil praktyczny

Tabela 1. Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów dziedzin

<p>Nazwa kierunku studiów: nowe media</p> <p>Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia</p> <p>Profil kształcenia: praktyczny</p>		
Symbol	Efekty uczenia się dla dziedzin nauk społecznych i humanistycznych	Odniesienie do efektów uczenia się dla dziedziny nauk społecznych i dziedziny nauk humanistycznych
WIEDZA		
K_W01	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk artystycznych, estetycznych, filozoficznych, historycznych, językowych oraz nauk społecznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_W01 H1P_W02 S1P_W01
K_W02	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	H1P_W02 H1P_W03 H1P_W04 S1P_W01
K_W03	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	H1P_W02 H1P_W03 H1P_W04 S1P_W01
K_W04	Ma podstawową wiedzę o powstaniu i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie.	H1P_W01 H1P_W02 S1P_W01
K_W05	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	H1P_W01 H1P_W02 H1P_W03

K_W06	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków wypowiedzi (internetowych, prasowych, radiowych i telewizyjnych) zorientowaną na zastosowanie praktyczne.	H1P_W01 H1P_W02 H1P_W03
K_W07	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę na temat wybranych dziedzin nowych mediów: Internet, prasa, telewizja, radio oraz towarzyszących historycznych i społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie.	H1P_W01 H1P_W03
K_W08	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.	H1P_W02 H1P_W03
K_W09	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	H1P_W05 H1P_W06 H1P_W07 H1P_W08 H1P_W09 H1P_W10
K_W10	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	H1P_W01 H1P_W02 H1P_W03
K_W11	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury europejskiej zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	H1P_W01 H1P_W02 H1P_W03
K_W12	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury euroregionu zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	H1P_W01 H1P_W02 H1P_W03
K_W13	Definiuje pojęcie <i>dobra kultury</i> w jego wymiarze materialnym oraz pozamaterialnym (intelektualnym, społecznym) z uwzględnieniem zakresu jego praktycznego zastosowania na polu działalności medialnej, promocji czy	H1P_W03 H1P_W08

	innej działalności społeczno-kulturowej.	
K_W14	Ma podstawową wiedzę o instytucjach społecznych związanych z mediami w Polsce i Europie.	H1P_W04 H1P_W05 H1P_W06 S1P_W02
K_W15	Ma podstawową uporządkowaną wiedzę z zakresu prowadzenia kampanii reklamowej i kształtowania wizerunku w mediach.	H1P_W06 H1P_W07 H1P_W08 H1P_W010
K_W16	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę na temat metodyki warsztatu badawczego związanego z mediami.	H1P_W06 H1P_W07 H1P_W08
K_W17	Ma podstawową uporządkowaną wiedzę z zakresu prawnych uwarunkowań funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych.	H1P_W10 H1P_W06 S1P_W07
K_W18	Rozumie rolę etyki w pracy zawodowej.	H1P_W10
K_W19	Ma podstawową wiedzę z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach związanych z kulturą i mediami.	H1P_W09
K_W20	Zna zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa autorskiego oraz własności intelektualnej.	H1P_W10 S1P_W10
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	H1P_U01
K_U02	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	H1P_U02
K_U03	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_U01 H1P_U02 H1P_U03
K_U04	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne	S1P_U01

	pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	
K_U05	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_U05 S1P_U01
K_U06	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	H1P_U03 H1P_U06 H1P_U09 S1P_U01
K_U07	Potrafi w podstawowym zakresie stosować przepisy prawa odnoszącego się do instytucji związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej w Polsce i Europie.	H1P_U07 S1P_U05
K_U08	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	H1P_U07 H1P_U09 S1P_U05
K_U09	Potrafi sporządzić wniosek o przyznanie koncesji na działalność medialną.	H1P_U08
K_U10	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_U09 S1P_U08
K_U11	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	S1P_U08
K_U12	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_U01 H1P_U11
K_U13	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	H1P_U11
K_U14	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	H1P_U12 H1P_U13 S1P_U09

K_U15	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu działalności kulturalnej i medialnej.	H1P_U12 H1P_U13
K_U16	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu pomocniczych dziedzin wiedzy: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii.	H1P_U12 H1P_U13
K_U17	Rozpoznaje i dokumentuje zjawiska kulturowe i medialne w świetle różnych kierunków badawczych.	H1P_U05 H1P_U09 H1P_U10
K_U18	Ma umiejętności językowe właściwe dla studiowanego kierunku, zgodnie z wymogami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	H1P_U14
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	S1P_K01
K_K02	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	S1P_K01
K_K03	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	H1P_K03
K_K04	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	S1P_K03
K_K05	Ma świadomość pełnionych ról w zespole.	H1P_K01
K_K06	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie samodzielnie uaktualniając stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie wiedzy o mediach.	H1P_K01
K_K07	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	H1P_K01
K_K08	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje	H1P_K06

	je korzystając z różnych jego form i mediów.	
K_K09	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	H1P_K05
K_K10	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	H1P_K03 H1P_K04
K_K11	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	H1P_K03 H1P_K04
K_K12	Prawidłowo rozpoznaje dylematy związane z zawodem i możliwościami ich rozwiązań.	H1P_K04 S1P_K04

Tabela 2. Tabela pokrycia dziedzin efektów uczenia się przez kierunkowe efekty uczenia się

Nazwa kierunku studiów: nowe media		
Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia: praktyczny		
Symbol	Efekty uczenia się dla dziedzin kształcenia w zakresie nauk humanistycznych	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
WIEDZA		
H1P_W01	Ma uporządkowaną wiedzę ogólną z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej, zorientowaną na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W01 K_W04 K_W05 K_W06 K_W11 K_W12 K_W13
H1P_W02	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową obejmującą niektóre obszary studiowanej dyscypliny humanistycznej, zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej,	K_W01 K_W02 K_W03

	medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W04 K_W05 K_W06 K_W07 K_W11 K_W12 K_W13
H1P_W03	Zna elementarną terminologię z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej oraz związaną z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W02 K_W03 K_W05 K_W06 K_W07 K_W11 K_W12 K_W13
H1P_W04	Ma podstawową wiedzę o budowie i funkcjach systemu kultury i mediów.	K_W02 K_W03 K_W14
H1P_W05	Ma szczegółową wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji związanych z sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W08 K_W14
H1P_W06	Ma podstawową wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji związanych z sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W08 K_W14 K_W15 K_W16 K_W17
H1P_W07	Ma podstawową wiedzę o metodyce wykonywania zadań, normach, procedurach i dobrych praktykach stosowanych w instytucjach związanych z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W08 K_W15 K_W16
H1P_W08	Ma podstawową wiedzę o odbiorcach kultury, mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz podstawową wiedzę o metodach	K_W08 K_W15

	diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług.	K_W16
H1P_W09	Ma elementarną wiedzę o bezpieczeństwie i higienie pracy w instytucjach związanych z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_W08 K_W19
H1P_W10	Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	K_W08 K_W15 K_W17 K_W18 K_W20
UMIEJĘTNOŚCI		
H1P_U01	Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów.	K_U01 K_U03 K_U12
H1P_U02	Umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać umiejętności profesjonalne związane z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_U02 K_U03
H1P_U03	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_U03 K_U06
H1P_U04	Posiada umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_U04
H1P_U05	Posiada podstawowe umiejętności w zakresie prowadzenia badań społecznych niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców kultury, mediów, działań promocyjno-reklamowych.	K_U05 K_U17
H1P_U06	Posiada podstawowe umiejętności w zakresie jakości usług związanych z działalnością kulturalną, medialną, promocyjno-reklamową.	K_U06
H1P_U07	Potrafi w podstawowym zakresie stosować przepisy prawa odnoszącego się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej,	K_U07 K_U08

	w tym szczególnie prawa autorskiego i własności intelektualnej.	
H1P_U08	Potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację projektu profesjonalnego związanego z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_U09
H1P_U09	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod, procedur, dobrych praktyk do realizacji zadań i problemów związanych z wybraną sferą działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej.	K_U06 K_U08 K_U09 K_U10 K_U17
H1P_U10	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	K_U11 K_U17
H1P_U11	Potrafi porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w wybranej sferze działalności kulturalnej, medialnej, promocyjno-reklamowej w języku rodzimym i obcym.	K_U12 K_U13
H1P_U12	Posiada umiejętność tworzenia typowych prac pisemnych w języku polskim oraz języku obcym, uznawanym za podstawowy dla studiowanej dyscypliny humanistycznej, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł.	K_U03 K_U04 K_U14 K_U15 K_U16
H1P_U13	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim oraz języku uznawanym za podstawowy dla studiowanej dyscypliny humanistycznej, dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł.	K_U03 K_U04 K_U14 K_U15 K_U16
H1P_U14	Ma umiejętności językowe w zakresie studiowanej dyscypliny, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego.	K_U18
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
H1P_K01	Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role.	K_K01

		K_K05 K_K06 K_K07
H1P_K02	Potrafi kierować małym zespołem przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	K_K02 K_K06
H1P_K03	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania.	K_K03 K_K10 K_K11
H1P_K04	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	K_K10 K_K11 K_K12
H1P_K05	Ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	K_K09
H1P_K06	Uczestniczy w życiu kulturalnym korzystając z różnych mediów i różnych jego form.	K_K08

Tabela 3. Tabela pokrycia dziedzin efektów uczenia się przez kierunkowe efekty uczenia się

Nazwa kierunku studiów: nowe media		
Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia		
Profil kształcenia: praktyczny		
Symbol	Efekty uczenia się dla dziedzin kształcenia w zakresie nauk społecznych	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
WIEDZA		
S1P_W01	Ma ogólną wiedzę o charakterze nauk społecznych, ich miejscu w systemie nauk i relacjach do innych nauk.	K_W01 K_W02 K_W03 K_W04
S1P_W02	Posiada ogólną wiedzę o typowych rodzajach struktur i instytucji	K_W14

	społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych i ekonomicznych) i ich elementach.	
S1P_W07	Posiada wiedzę o normach i regułach organizujących wybrane struktury i instytucje społeczne i rządzących nimi.	K_W17
S1P_W10	Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	K_W20
UMIEJĘTNOŚCI		
S1P_U01	Potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne odpowiadające studiowanej dyscyplinie (np. kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne).	K_U04 K_U05 K_U06
S1P_U05	Prawidłowo posługuje się systemami normatywnymi oraz konkretnymi normami i regułami (np. prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu studiowanej dyscypliny.	K_U07 K_U08
S1P_U08	Posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych.	K_U10 K_U11
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
S1P_K01	Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role.	K_K01
S1P_K03	Potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania.	K_K04
S1P_K04	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu.	K_K12

PROGRAM STUDIÓW

Przygotowany program studiów dla kierunku kształcenia nowe media jest opisem procesu kształcenia prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się. Szczegółowy rozkład zajęć dla całego cyklu kształcenia ilustrują siatki stanowiące załącznik nr 1 do niniejszego programu.

LICZBA SEMESTRÓW

Studia trwają 6 semestrów. Liczba godzin dla studiów stacjonarnych wynosi – 1535, liczba godzin dla studiów niestacjonarnych wynosi – 842.

LICZBA PUNKTÓW ECTS KONIECZNA DO UZYSKANIA KWALIFIKACJI ODPOWIADAJĄCYCH POZIOMOWI KSZTAŁCENIA

	<i>Minimalna liczba punktów ECTS w całym cyklu kształcenia.</i>	180	
	Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia	NOWE MEDIA	
1	łącznie liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć:		
a	wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów	91	51%
b	o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych	118	66%
2	minimalna liczbę punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach niezwiązanych z kierunkiem studiów zajęć ogólnouczeniowych lub zajęć na innym kierunku studiów	15	8%
3	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z obszarów nauk humanistycznych i nauk społecznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS	84	47%
4	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego	8	4%
5	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z wychowania fizycznego	0	0%
6	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	30	17%

WYMIAR, ZASADY I FORMA ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

Podstawowa jednostka organizacyjna uczelni prowadząca kształcenie na określonym kierunku studiów i poziomie kształcenia o profilu praktycznym jest obowiązana uwzględnić w programie kształcenia sześciomiesięczne praktyki zawodowe.

Studia w Państwowej Wyższej Szkole Zawodowej w Głogowie zwanej dalej Uczelnią obejmują praktyki zawodowe będące integralną częścią procesu kształcenia. Cele praktyk zawodowych oraz szczegółowe warunki ich organizacji, czas realizacji, zasady zaliczania, terminy oraz obowiązki studentów odbywających praktyki zawodowe określa „Regulamin praktyk zawodowych”. Nad prawidłową realizacją praktyk zawodowych czuwa Opiekun Praktyk Zawodowych.

Studenci kierunku nowe media odbywają sześciomiesięczną praktykę zawodową w IV semestrze.

Łączna liczba punktów ECTS uzyskanych przez studenta na kierunku nowe media w ramach praktyk zawodowych wynosi 30 pkt. ECTS w całym cyklu kształcenia o profilu praktycznym.

MODUŁY KSZTAŁCENIA

Studia realizowane są w następujących modułach:

Nazwa modułu	Ilość godzin stacjonarne	Ilość godzin niestacjonarne	ECTS
Moduł ogólny zawierający 6 przedmiotów ogólnouczeniowych i obowiązkowe szkolenia	125	41	6
Moduł językowy zawierający do wyboru dwa języki: angielski oraz niemiecki	120	72	8
Moduł podstawowy zawierający 6 przedmiotów zgodnych z treściami podstawowymi standardów kształcenia na kierunku nowe media	105	63	8
Moduł kierunkowy zawierający 23 przedmiotów zgodnych	630	342	66

z treściami kierunkowymi standardów kształcenia na kierunku nowe media			
Moduł przygotowania do egzaminu dyplomowego zawierający przedmiot: Przygotowanie do egzaminu dyplomowego, realizowany w czwartym semestrze, przygotowujący studenta do udzielania zwięzłych, logicznie spójnych odpowiedzi na egzaminie dyplomowym	15	9	1
Moduł praktyk zawodowych zawierający sześciomiesięczne praktyki zawodowe realizowane w IV semestrze	0	0	30
Moduł warsztatowy zawierający 8 przedmiotów, których treści kształcenia obejmują dwie specjalności: Public Relations, Social Media i reklama, multimedia i projektowanie graficzne	285	171	27
Moduł specjalnościowy zawierający 12 przedmiotów, których treści kształcenia obejmują dwie specjalności: Public Relations, Social Media i reklama, multimedia i projektowanie graficzne	255	153	27
Razem	1535	864	180

PRZEDMIOTY DO WYBORU

Program studiów umożliwia studentowi wybór przedmiotów kształcenia, do których przypisuje się punkty ECTS w wymiarze **129**, co stanowi **71,66%** ogólnej liczby ECTS.

Procentowy udział przedmiotów wybieralnych w cyklu kształcenia

Przedmioty wybieralne w podziale na moduły kształcenia	Studia stacjonarne	Studia stacjonarne	
	Godz.	Godz.	ECTS
Język obcy	120	72	8
Język angielski/Język niemiecki			
Przedmioty podstawowe	15	9	1

Wiedza o kulturze/Wiedza o sztuce			
Przedmioty kierunkowe			
Kreatywne pisanie/Strategie pisarskie			
Arcydzieła literatury polskiej/Arcydzieła literatury światowej			
Podstawy fotografii/Cyfrowe nośniki obrazu			
Mass media/Media społecznościowe			
Krytyka artystyczna/Analiza tekstów kultury			
Wprowadzenie do projektowania graficznego/Nośniki i technologie cyfrowe			
Researching i copywriting/Reklama i marketing	345	144	35
Retoryka i erystyka/Perswazja w dyskursie medialnym			
Autoprezentacja/Kreacja wizerunku			
Sztuka nowych mediów/Obraz w mediach			
Teoria mediów/Historia mediów			
Projekt medialny	30	18	
Przedmioty warsztatowe			
Warsztaty podstawy pracy z kamerą/Warsztaty podstawy pracy przed kamerą	15	9	1
Przedmioty specjalnościowe:			
Public Relations, Social Media i reklama			
Public Relations w Internecie - warsztaty/Media Relations w Internecie - warsztaty			
Warsztaty z reklamy w Internecie/Reklama internetowa - warsztaty	255	153	27
Gamifikacja/Gry społecznościowe			
Influence na platformach społecznościowych/Marketing na Platformach społecznościowych			

Marketing/e-Marketing			
Zarządzanie w mediach społecznościowych/Marketing w mediach społecznościowych			
Warsztaty z reklamy telewizyjnej/Obraz filmowy w reklamie			
Warsztaty z reklamy radiowej/Cyfrowe nośniki audio			
Projekty multimedialne w mediach społecznościowych/Projekty multimedialne			
Zarządzanie strategią reklamową			
Planowanie kampanii reklamowej – projekt/Planowanie funkcjonowania agencji reklamowej – projekt			
Corel - warsztat obsługi programu/Photoshop – warsztat obsługi programu			
Multimedia i projektowanie graficzne:			
Projektowanie graficzne/Cyfrowe technologie medialne			
Corel - warsztat obsługi programu/Photoshop – warsztat obsługi programu			
Grafika intermedialna/Multimedia i projektowanie			
Wprowadzenie do gatunków fotograficznych/Wybrane zagadnienia z historii i teorii przekazów audiowizualnych			
Fotografia prasowa/Fotografia reportażowa			
Fotografia użytkowa/Fotografia produkcyjna	255	153	27
Fotografia artystyczna/Kompozycja obrazu fotograficznego			
Podstawy budowy obrazu filmowego/Podstawy montażu komputerowego			
Montaż filmowy			
Projekty filmowe i multimedialne/Reklama i wideoclip			
Grafika w tekstach kultury/Visual merchandising			

Projekty użytkowe - reklama telewizyjna/Projekty użytkowe – reklama internetowa			
Praktyka zawodowa	IV semestr	IV semestr	30
Suma	1035	558	129
Procent ogółu przedmiotów	67%	66%	71,66%

PROCENTOWY UDZIAŁ WYKŁADÓW ORAZ ZAJĘĆ PRAKTYCZNYCH W CYKLU KSZTAŁCENIA

Profil praktyczny kierunku wymaga, aby zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem do zawodu miały przypisane więcej niż 50% ECTS. W załączonym programie stanowią one 64 %, a wymiar godzinowy zajęć praktycznych obrazuje poniższa tabela.

Studia stacjonarne

	Wszystkie przedmioty		Przedmioty wspólne dla kierunku		Przedmioty specjalnościowe: Public Relations, Social Media i reklama		Przedmioty specjalnościowe: multimedia i projektowanie graficzne	
	godz.	%	godz.	% do całości	godz.	% do całości	godz.	% do całości
Wykłady	285	19%	285	22%	0	0	0	0
Zajęcia praktyczne (ćw. + warsztaty)	1250	81%	995	78%	255	100%	255	100%
Razem	1535	100%	1280	100%	255	100%	255	100%
Punkty ECTS	180		153		27		27	

Studia niestacjonarne

	Wszystkie przedmioty		Przedmioty wspólne dla kierunku		Przedmioty specjalnościowe: Public Relations, Social Media i reklama		Przedmioty specjalnościowe: multimedia i projektowanie graficzne	
	godz.	%	godz.	% do całości	godz.	% do całości	godz.	% do całości
Wykłady	171	20%	171	24,5%	0	0	0	0
Zajęcia praktyczne (ćw. + warsztaty)	680	80%	527	75,5%	153	100%	153	100%
Razem	851	100%	698	100	153	100%	153	100%
Punkty ECTS	180		153		27		27	

ZASADY REKRUTACJI

Wymagania i zasady rekrutacji na kierunku kształcenia Nowe Media są zgodne z Uchwałą nr 17/V/21 Senatu Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej w Głogowie z dnia 26 lutego 2021 roku w sprawie zmiany załącznika do uchwały Senatu nr 127/XXV/20 z dnia 19 czerwca 2020 r. w sprawie ustalenia warunków i trybu rekrutacji na studia w roku akademickim 2021/2022. Szczegółowe zasady rekrutacji określa Załącznik do uchwały.

ZAŁĄCZNIKI

1. Plan studiów na cykl 2021-2024 dla kierunku nowe media, specjalności: Public Relations, Social Media i reklama, multimedia i projektowanie graficzne.
2. Sylabusy na cykl 2021-2024 dla kierunku nowe media, specjalności: Public Relations, Social Media i reklama, multimedia i projektowanie graficzne.