

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Szkolenie biblioteczne		Kod przedmiotu FP_O_01
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	1	Ćwiczenia	1
Laboratorium/Projekt		Laboratorium/Projekt	
Razem	1	Razem	1
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	1	Razem	1
ECTS	0	ECTS	0
CEL PRZEDMIOTU			
Organizacją i funkcjonowanie systemu informacyjno-bibliotecznego, zdobycie umiejętności wyszukiwania i selekcji informacji, krytycznej oceny źródeł, opanowanie umiejętności posługiwania się nowoczesnymi narzędziami informacyjno-komunikacyjnymi.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Kompetencje społeczne umożliwiające korzystanie z katalogów i baz bibliotecznych			
EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Posiada wiedzę z zakresu metod przeszukiwania katalogów komputerowych, stosowania kryteriów wyszukiwawczych, szczególnie w zakresie nauk społecznych i		K_W06 K_W10
W2	Zna serwisy książek i czasopism elektronicznych, platformy ich udostępniania oraz metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych,		
W3	Orientuje się w zasobach bibliotecznych uczelni oraz zna zasady korzystania		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje informacje związane z kulturą i mediami, z wykorzystaniem różnych technik pozyskiwania danych		K_U02
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, w tym doskonalenia i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności przy wykorzystaniu zasobów bibliotecznych w obszarze wiedzy wyznaczonej przez przedmiot		K_K01

TREŚCI PROGRAMOWE									
Temat				ST			NST		
				W	C	L/P	W	C	L/P
Organizacja systemu informacyjno-bibliotecznego. Charakterystyka zbiorów. Zasady korzystania z katalogów bibliotecznych oraz zbiorów i źródeł informacji. Elektroniczne źródła informacji. Czasopisma elektroniczne. Bazy danych. Biblioteki cyfrowe.				0	1		0	1	
RAZEM				0	1	0	0	1	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ									
Kod	Opis	Egzamin Kolokwium	Projekty Prace zal.	Aktywność					
W1	Posiada wiedzę z zakresu metod przeszukiwania katalogów komputerowych, stosowania kryteriów wyszukiwawczych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	[
W2	Zna serwisy książek i czasopism elektronicznych , platformy ich udostępniania oraz metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych,	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	[
W3	Orientuje się w zasobach bibliotecznych uczelni oraz zna zasady korzystania	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	[
U1	Posiada umiejętność wyszukania informacji oraz krytycznej analizy źródeł	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	[
K1	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, w tym doskonalenia i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności przy wykorzystaniu zasobów bibliotecznych	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	[
OBCIĄŻENIE PRACA STUDENTA									
Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów 1 godz									
LITERATURA									
Podstawowa									
1	Zawartość strony www Biblioteki PWSZ w Głogowie, narzędzia edukacyjne serwisów katalogowych, bibliograficznych, pełnotekstowych baz danych, bibliotek cyfrowych								
2	Wewnętrzne dokumenty Biblioteki								

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Szkolenie BHP		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	4	Ćwiczenia	4
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	4	Razem	4
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	4	Razem	4
ECTS		ECTS	0
CEL PRZEDMIOTU			
Zaznajomienie studentów rozpoczynających naukę w PWSZ w Głogowie z zasadami i przepisami związanymi z bezpieczeństwem podczas przebywania w obiektach (na terenie uczelni), podstawowymi zasadami w zakresie bezpieczeństwa podczas odbywania nauki (wykłady, ćwiczenia). Postępowanie w przypadku ewakuacji z obiektów należących do Uczelni. Podstawowe zasady udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student posiada uporządkowaną wiedzę w zakresie zasad bezpieczeństwa podczas przebywania w obiektach (na terenie) Uczelni oraz podczas odbywania zajęć (ćwiczenia, wykłady - wiedza podstawowa, uszczegółowiana podczas poszczególnych zajęć przez osoby je prowadzące)		K_W19 K_W20
Umiejętności			
U1	Student posiada umiejętności (zna zasady) w zakresie bezpieczeństwa związanego z poruszaniem się po obiektach (terenie) Uczelni. Zna zasady postępowania w przypadku ogłoszenia ewakuacji z obiektów należących do Uczelni.		K_U07
Kompetencje społeczne			
K1	Student posiada świadomość związaną z właściwym postępowaniem w zakresie bezpieczeństwa (w tym potencjalnego wpływu jego postępowania na inne osoby).		K_K01

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podstawowe zasady przebywania i poruszania się w obiektach i po terenie Uczelni		1		
Podstawowe zasady w zakresie bezpieczeństwa podczas odbywania zajęć.		1		
Zasady postępowania w przypadku zagrożenia powodującego potrzebę ewakuacji z obiektów należących do Uczelni		1		
Podstawowe zasady udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej		1		
RAZEM		4	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student posiada uporządkowaną wiedzę w zakresie zasad bezpieczeństwa podczas przebywania w obiektach (na terenie) Uczelni oraz podczas odbywania zajęć (ćwiczenia, wykłady - wiedza podstawowa, uszczegółowiana podczas poszczególnych zajęć przez osoby je prowadzące)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Student posiada umiejętności (zna zasady) w zakresie bezpieczeństwa związanego z poruszaniem się po obiektach (terenie) Uczelni. Zna zasady postępowania w przypadku ogłoszenia ewakuacji z obiektów należących do Uczelni.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Student posiada świadomość związaną z właściwym postępowaniem w zakresie bezpieczeństwa (w tym potencjalnego wpływu jego postępowania na inne osoby).	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	4	4	
2	Praca własna studenta	0	0	
Suma		4	4	
ECTS		0	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Brak - uregulowania wewnętrzne Uczelni.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wychowanie fizyczne I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	30	Razem	
ECTS		ECTS	
CEL PRZEDMIOTU			
Wyposażenie studenta w wiedzę dotyczącą kształtowania prawidłowej postawy ciała, nabycie wiedzy z zakresu świadomej aktywności w celu zadbania o ogólny rozwój fizyczny, wypracowanie umiejętności organizacji świadomego wypoczynku			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Posiadanie predyspozycji w komunikacji interpersonalnej, kreatywna i otwarta postawa uczestnika zajęć. Ogólna sprawność fizyczna.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma elementarną teoretyczną i praktyczną wiedzę na temat realizacji różnorodnych form zajęć rekreacyjnych w systemie kultury fizycznej. Ma podstawową uporządkowaną wiedzę z zakresu prowadzenia zajęć o charakterze rekreacyjnym w celu zadbania o ogólny rozwój fizyczny.		K_W10
Umiejętności			
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z wszelkimi formami aktywności ruchowej. Wytycza cele i odpowiednio dokonuje doboru zadań stosownie do możliwości i potrzeb uczestników, skutecznie stosuje różne środki, strategie, metody i formy.		K_U04
Kompetencje społeczne			
K1	Świadomie odpowiada za pracę własną oraz przestrzega zasad określających pracę w zespole. Rozumie potrzebę utrzymania sprawności fizycznej przez całe życie, samodzielnie wytycza ścieżki własnego rozwoju. Potrafi wskazać wartości zdrowia i ważności stylu życia (szczególnie roli aktywności fizycznej) w jego pomnażaniu.		K_K01

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Style kierowania grupą. Metody pracy z grupą.			6	
Zajęcia ruchowe na sali, siłownia, salka treningowa.			8	
Ruch jako czynnik stymulujący, adaptacyjny, kompensacyjny i korektywny.			2	
Gry zespołowe.			8	
zajęcia na basenie			6	
RAZEM		0	30	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma elementarną teoretyczną i praktyczną wiedzę na temat realizacji różnorodnych form zajęć rekreacyjnych w systemie kultury fizycznej. Ma podstawową uporządkowaną wiedzę z zakresu prowadzenia zajęć o charakterze rekreacyjnym w celu zadbania o ogólny rozwój fizyczny.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z wszelkimi formami aktywności ruchowej. Wytycza cele i odpowiednio dokonuje doboru zadań stosownie do możliwości i potrzeb uczestników, skutecznie stosuje różne środki, strategie, metody i formy.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Świadomie odpowiada za pracę własną oraz przestrzega zasad określających pracę w zespole. Rozumie potrzebę utrzymania sprawności fizycznej przez całe życie, samodzielnie wytycza ścieżki własnego rozwoju. Potrafi wskazać wartości zdrowia i ważności stylu życia (szczególnie roli aktywności fizycznej) w jego pomnażaniu.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	0	
2	Praca własna studenta	0	0	
Suma		30	0	
ECTS		0	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Bielski J., Metodyka wychowania fizycznego i zdrowotnego. Podręcznik dla nauczycieli wychowania fizycznego i studentów studiów pedagogicznych. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Piotrków Trybunalski, 2005r.			
2	Trening sportowy I, planowanie-kontrola-sterowanie. Oświęcim 2015			
Uzupełniająca				
1	Wychowanie fizyczne, sport dzieci i młodzieży, Bydgoszcz 2005			
2				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wychowanie fizyczne II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	30	Razem	
ECTS		ECTS	
CEL PRZEDMIOTU			
Przygotowanie studenta do korzystania z wybranych form sportowych, tanecznych, ruchowych i gimnastycznych jako środka wspierającego rozwój fizyczny. Promowanie zdrowego stylu życia			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Poz posiadanie umiejętności pracy w grupie. Kreatywna postawa , ogólna sprawność fizyczna			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna elementarną terminologię którą należy posługiwać się w wybranym obszarze dyscyplin sportowo-rekreacyjnych. Zna zasady bezpieczeństwa.	K_W03	
Umiejętności			
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z sferą działalności w dziedzinie sportu.	K_U04	
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania, jest odpowiedzialny za siebie i innych oraz za swoje działania.	K_K01	

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Gry sportowe na świeżym powietrzu.			6	
Tańce integracyjne, ćwiczenia fitness, zabawy ruchowe. Aerobik			10	
Zajęcia na siłowni, na salce sportowej PWSZ oraz na basenie			8	
Kręgle , Nordic walking			4	
Zajęcia na Hali Sportowej Chrobry Głogów			2	
RAZEM		0	30	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Zna elementarną terminologię którą należy posługiwać się w wybranym obszarze dyscyplin sportowo-rekreacyjnych. Zna zasady bezpieczeństwa.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z sferą działalności w dziedzinie sportu.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania, jest odpowiedzialny za siebie i innych oraz za swoje działania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	0	
2	Praca własna studenta	0	0	
Suma		30	0	
ECTS		0	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Bielski J., Metodyka wychowania fizycznego i zdrowotnego, Poradnik dla nauczycieli wychowania fizycznego i studentów studiów pedagogicznych, Wydawnictwo Akademia Świętokrzyska, Piotrków Trybunalski 2005r.			
Uzupełniająca				
1	Trening sportowy II, planowanie-kontrola-sterowanie. Oświęcim 2016			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Etyka		Kod przedmiotu MK 01
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
Razem	50	Razem	50
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Podstawowym celem zajęć jest przedstawienie ewolucji mediów masowych oraz ich analizy z perspektywy filozofii moralnej (etyki), z uwzględnieniem etyki twórców oraz odbiorców mediów. Krótka historia etyki i jej ewolucji od czasów Sokratesa do postmodernizmu, ze wskazaniem jej głównych problemów, które etyki próbuje analizować.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe umiejętności za zakresu filozofii: znajomość najważniejszych kierunków i szkół oraz terminologii filozoficznej w nich używanych.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W13 K_W15 K_W17 K_W20	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne		
W5	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U08	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U8	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.		
Kompetencje społeczne			
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	K_K03 K_K04 K_K11 K_K12	
K4	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.		
K11	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie: etyka, moralność, etologia, aksjologia		1st, 1 nst		
Najważniejsze szkoły etyczne od Sokratesa do postmodernizmu		5st, 3nst		
Zagadnienie osobowych relacji, godności, tolerancji, wolności		5st, 3nst		
Ocena dobra moralnego		2st, 1 nst		
Elementy etyki zawodowej		2st, 1 nst		
RAZEM		15 ST, 9 NST	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W5	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U8	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K4	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K11	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	35	41	
Suma		50	50	
ECTS		2	2	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	MacIntyre A., <i>Krótką historia etyki</i> , Warszawa 2000.			
2	Ślipko T., <i>Historia etyki</i> , Kraków 2009.			
Uzupełniająca				
2	Podrez E., <i>W kręgu dobra i zła. Wybór tekstów klasycznych z etyki od Sokratesa do Kanta</i> , Warszawa 1993.			
4	Krasnodębski M., <i>Spotkanie a obecność w nauczaniu akademickim</i> , "Spotkania" nr 2/2018, s. 79-96.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Ochrona własności intelektualnej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
Razem	50	Razem	50
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z ochroną prawną myśli twórczej. Zapoznanie studentów zasadami korzystania z dostępnej wiedzy zgodnie z zasadami etyki.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student zna zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa autorskiego oraz własności intelektualnej.	K_W17 K_W20	
W2	Zna zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa autorskiego oraz własności intelektualnej. Rozumie rolę etyki i deontologii w praktyce zawodowej.		
Umiejętności			
U1	Student stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	K_U08	
Kompetencje społeczne			
K1	Student jest świadomy procesów przemian zachodzących we współczesnej kulturze, szanuje wartości intelektualne, szanuje prawa autorskie, ma świadomość oddziaływania (pozytywnego i negatywnego) multimediów na różne grupy wiekowe, potrafi propagować kulturę medialną.	K_K11	
K2	Student rozumie konieczność przestrzegania norm etycznych w pracy badawczej, prawidłowo rozpoznaje deontologiczne dylematy związane z zawodem i możliwości ich rozwiązania .		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Pojęcie własności intelektualnej.		2st, 1 nst		
Definicje głównych rodzajów praw własności intelektualnej.		2st, 1 nst		
Akty prawne regulujące prawo własności intelektualnej.		2st, 1 nst		
Prawo autorskie.		2st, 1 nst		
Ochrona wizerunku.		2st, 1 nst		
Dozwolony użytek własny.		2st, 1 nst		
Wybrane zagadnienia z zakresu ochrony patentowej.		3st, 3 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student zna zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa autorskiego oraz własności intelektualnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa autorskiego oraz własności intelektualnej. Rozumie rolę etyki i deontologii w praktyce zawodowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Student stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Student jest świadomy procesów przemian zachodzących we współczesnej kulturze, szanuje wartości intelektualne, szanuje prawa autorskie, ma świadomość oddziaływania (pozytywnego i negatywnego) multimediów na różne grupy wiekowe, potrafi propagować kulturę medialną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Student rozumie konieczność przestrzegania norm etycznych w pracy badawczej, prawidłowo rozpoznaje deontologiczne dylematy związane z zawodem i możliwości ich rozwiązania .	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	35	41	
Suma		50	50	
ECTS		2	2	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. Golat R., Prawo autorskie i prawa pokrewne, Warszawa 2008. 2. Własność intelektualna źródłem kapitału przedsiębiorcy : kompendium wiedzy, red. Z. Kuleszyński, Kielce 2010.			
Uzupełniająca				
1	Tomczyk S., Artyści wykonawcy- prawa i ich ochrona, Warszawa 2008.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Technologie informacyjne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Ogólny	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	20	Praca własna studenta	32
Razem	50	Razem	50
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Głównym celem zajęć jest zapoznanie studentów ze sprzętem i oprogramowaniem dotyczącym tworzenia, przesyłania, prezentowania i zabezpieczania informacji. Dodatkowym celem zajęć jest wypracowanie umiejętności doboru odpowiednich narzędzi informatycznych do realizacji własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza i umiejętności związane z obsługą komputera.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu technologii multimedialnych.		K_W01
Umiejętności			
U1	Student rozpoznaje społeczne uwarunkowania funkcjonowania technologii multimedialnych, wzbogaca wiedzy na temat różnorodnych materiałów i informacji dostępnych w sieci.		K_U04 K_K07 K_K08
Kompetencje społeczne			
K1	Student doskonali umiejętności obsługi różnego rodzaju programów wspomagających pracę i działalność informacyjną z zakresu humanistyki.		K_K07 K_K08
K2	Umie odnaleźć odpowiednie materiały, potrafi obsługiwać urządzenia udostępniane przez uczelnię.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podstawy obsługi systemu operacyjnego posługującego się graficznym interfejsem użytkownika oraz wprowadzenie do użytkowania uczelnianej platformy e-learningowej.			2 st, 1 nst	
Podstawy obsługi systemu operacyjnego posługującego się tekstowym interfejsem użytkownika.			6 st, 4 nst	
Tworzenie dokumentów elektronicznych za pomocą edytora tekstów.			8 st, 5 nst	
Posługiwanie się arkuszem kalkulacyjnym			8 st, 5 nst	
Zasady tworzenia prezentacji z wykorzystaniem narzędzi technologii informacyjnej.			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	30st, 18nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu technologii multimedialnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Student rozpoznaje społeczne uwarunkowania funkcjonowania technologii multimedialnych, wzbogaca wiedzy na temat różnorodnych materiałów i informacji dostępnych w sieci.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Student doskonali umiejętności obsługi różnego rodzaju programów wspomagających pracę i działalność informacyjną z zakresu humanistyki.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Umie odnaleźć odpowiednie materiały, potrafi obsługiwać urządzenia udostępniane przez uczelnię.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	20	32	
Suma		50	50	
ECTS		2	2	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. Wróblewski P., ABC komputera, Warszawa 2007. 2. Wróblewski P., MS Office 2007 PL w biurze i nie tylko, Warszawa 2007. 3. Hawley D., 100 sposobów na Excel 2007 PL, Gliwice 2008.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Język angielski I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Angielski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	60	Razem	36
Praca własna studenta	60	Praca własna studenta	84
Razem	120	Razem	120
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
1) Student komunikuje się w języku angielskim. 2) Student posiada duży zasób słownictwa oraz zwrotów. 3) Student włada czterema umiejętnościami językowymi; mówienie, pisanie, słuchanie, czytanie. 4) Student zna reguły gramatyki angielskiej. 5) Student posiada podstawowe informacje dotyczące kultury anglosaskiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Poziom B1			
B. Wstępna wiedza z j. angielskiego na poziomie szkoły ponadgimnazjalnej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma podstawową wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych	K_W01 K_W14	
W2	Ma podstawową wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi		
Umiejętności			
U1	Potrafi budować proste zdania w sposób poprawny gramatycznie	K_U07 K_U14 K_U18	
U2	Potrafi słuchać i czytać ze zrozumieniem		
U3	Potrafi uzyskiwać informacje i ich udzielać		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole	K_K05	

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			
	W	C	L/P	
C1-Mood food – present simple and continuous, action and non action verbs, jedzenie i gotowanie		6 st, 4nst		
C2-Family life – future forms: present continuous, going to, will/won't, zaimki wzajemne, rodzina, przymiotniki opisujące osobowość		6 st, 4nst		
C3-Writing-opisywanie osób		2 st, 1 nst		
C4-Practical English – Meeting the parents		2 st, 1 nst		
C5-Spend or save? – present perfect and past simple, pieniądze		6 st, 4nst		
C6-Changing lives – present perfect + for/since, present perfect continuous, silne formy przymiotnika		6 st, 4nst		
C7-Writing-nieformalny email		2 st, 1 nst		
C8-Race across London – comparatives and superlatives, transport		3 st, 2 nst		
C9-Writing – artykuł do magazynu		3 st, 2 nst		
C10- Stereotypes or are they? – articles: a/an, the, no article, kolokacje		3 st, 2 nst		
C11-Practical English – A difficult celebrity		3 st, 2 nst		
C12-Failure and success – can, could, be able to, zaimki zwrotne i emfaticzne, przymiotniki w formie czynnej i biernej		4 st, 2 nst		
C13-Modern manners? – modals of obligation: must, have to, should, wyrażenie should have, rozmowy telefoniczne		4 st, 2 nst		
C14-Sporting superstitions - past tenses: simple, continuous, perfect, sport		4 st, 2 nst		
C15-Writing – opis podróży		3 st, 2 nst		
C16- Love at Exit 19 – usually and used to, związki, relacje		3 st, 1 nst		
RAZEM	0	60 st, 36 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma podstawową wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Ma podstawową wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanych z nimi prawami autorskimi	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Potrafi budować proste zdania w sposób poprawny gramatycznie	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Potrafi słuchać i czytać ze zrozumieniem	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Potrafi uzyskiwać informacje i ich udzielać	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	60	36	
2	Praca własna studenta	60	84	
Suma		120	120	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Oxenden C., Latham-Koenig C. : English File intermediate, third edition, student's book, , Oxford University Press 2013			
2	Oxenden C., Latham-Koenig C. : English File intermediate, third edition, workbook, Oxford University Press 2013			
Uzupełniająca				
1	Murphy R.: English Grammar in Use, Cambridge University Press 2012			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Język angielski II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Ogólnoakademicki
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Angielski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	60	Razem	36
Praca własna studenta	60	Praca własna studenta	84
Razem	120	Razem	120
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
1) Student komunikuje się w języku angielskim. 2) Student posiada duży zasób słownictwa oraz zwrotów. 3) Student włada czterema umiejętnościami językowymi; mówienie, pisanie, słuchanie, czytanie. 4) Student zna reguły gramatyki angielskiej. 5) Student posiada podstawowe informacje dotyczące kultury anglosaskiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Język angielski I B. Wiedza na poziomie B1 / B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.	K_W01 K_W14	
W2	Ma wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi		
Umiejętności			
U1	Rozumie główne treści tekstów, wykładów, wystąpień oraz innych form prezentacji akademickich.	K_U07 K_U14 K_U18	
U2	Czyta ze zrozumieniem teksty o tematyce popularno-naukowej związanej z kierunkiem studiów. Potrafi korzystać z obcojęzycznej literatury zawodowej.		
U3	Posiada odpowiednie umiejętności lingwistyczne, umożliwiające posługiwanie się językiem na poziomie B2		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole	K_K05	

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
C1-Shot on location – passives (all tenses), kinematografia			6 st, 4 nst	
C2-Writing – recenzja filmu			2 st, 1 nst	
C3-Judging by appearances – modals of deduction: might, can't, must, części ciała			6 st, 3 nst	
C4-Extraordinary school for boys – first conditional and future time clauses + when, until, etc., czasowniki make, let, edukacja			6 st, 3 nst	
C5-Ideal home – second conditional, domy i mieszkania			6 st, 3 nst	
C6-Writing – opis domu lub mieszkania			2 st, 1 nst	
C7-Practical English – Boys' night out			2 st, 1 nst	
C8-Sell and tell – reported speech: sentences and questions, tworzenie rzeczowników od czasowników, zakupy			3 st, 2 nst	
C9-Writing – pisanie reklamacji			3 st, 2 nst	
C10- What's the right job for you? – gerunds and infinitives, praca			3 st, 2 nst	
C11-Writing – list motywacyjny			3 st, 2 nst	
C12-Lucky encounters – third conditional, tworzenie przymiotników i przysłówków			3 st, 2 nst	
C13-Too much information – quantifiers, separable phrasal verbs, urządzenia elektroniczne			3 st, 2 nst	
C14-Writing – za i przeciw – artykuł do magazynu			3 st, 2 nst	
C15-Modern icons – relative clauses: defining and non-defining, rzeczowniki złożone			3 st, 2 nst	
C16-Writing - biografia			3 st, 2 nst	
C17-Two murder mysteries – question tags, przestępczość			3 st, 2 nst	
RAZEM		0	60 st, 36 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.			
W2	Ma wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi			
U1	Rozumie główne treści tekstów, wykładów, wystąpień oraz innych form prezentacji akademickich.			
U2	Czyta ze zrozumieniem teksty o tematyce popularno-naukowej związanej z kierunkiem studiów. Potrafi korzystać z obcojęzycznej literatury zawodowej.			
U3	Posiada odpowiednie umiejętności lingwistyczne, umożliwiające posługiwanie się językiem na poziomie B2			
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole			
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	60	36	
2	Praca własna studenta	60	84	
Suma		120	120	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. Oxenden C., Latham-Koenig C. : English File intermediate, third edition, student's book, , Oxford University Press 2013			
2	2. Oxenden C., Latham-Koenig C. : English File intermediate, third edition, workbook, Oxford University Press 2013			
Uzupełniająca				
1	Murphy R.: English Grammar in Use, Cambridge University Press 2012			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Język niemiecki I		Kod przedmiotu MK_02
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Ogólnoakademicki
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Niemiecki
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	60	Razem	36
Praca własna studenta	60	Praca własna studenta	84
Razem	120	Razem	120
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
1) Student komunikuje się w języku niemieckim 2) Student posiada duży zasób słownictwa oraz zwrotów. 3) Student włada czterema umiejętnościami językowymi; mówienie, pisanie, słuchanie, czytanie. 4) Student zna reguły gramatyki niemieckiej. 5) Student posiada podstawowe informacje dotyczące kultury niemieckojęzycznej			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza na poziomie B1 / B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma średniozaawansowaną wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.	K_W01 K_W14	
W2	Ma średniozaawansowaną wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi.		
Umiejętności			
U1	Posiada umiejętności w zakresie rozumienia głównych myśli języka zawodowego i standardowego, np. dokumentacja	K_U07 K_U14	
U2	Posiada elementarne umiejętności w zakresie czytania i pisania tekstów zawodowych		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole	K_K05	

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Marketing i reklama w sztuce i rozrywce			4 st, 2 nst	
Promocja firmy – imiesłowy			6 st, 3 nst	
Rekcja rzeczownika i przymiotnika			4 st, 2 nst	
Kultura krajów niemieckojęzycznych			6 st, 4 nst	
Czas zaprzeszyły			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na pisanie listów			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na rozumienie ze słuchu			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja B2 z naciskiem na czytanie ze zrozumieniem			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na mówienie			8 st, 5 nst	
RAZEM		0	60 st, 36 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma średniozaawansowaną wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma średniozaawansowaną wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Posiada umiejętności w zakresie rozumienia głównych myśli języka zawodowego i standardowego, np. dokumentacja	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Posiada elementarne umiejętności w zakresie czytania i pisania tekstów zawodowych	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	60	36	
2	Praca własna studenta	60	84	
Suma		120	120	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Funk, Kuhn, Demme : Studio d A1, Język niemiecki, podręcznik z ćwiczeniami +CdCornelsen Verlag, Berlin 2005			
2	Funk, Kuhn, Demme : Studio d A2, Język niemiecki, podręcznik z ćwiczeniami +CdCornelsen Verlag, Berlin 2005			
Uzupelniajaca				
1	Uta Matecki: Dreimal Deutsch in Österreich, in Deutschland, in der Schweiz. Ernst Klett Sprachen Stuttgart2000			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Język niemiecki II		Kod przedmiotu MK_02
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Ogólnoakademicki
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Niemiecki
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	60	Razem	36
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	84
Razem	90	Razem	120
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
1) Student komunikuje się w języku niemieckim 2) Student posiada duży zasób słownictwa oraz zwrotów. 3) Student włada czterema umiejętnościami językowymi; mówienie, pisanie, słuchanie, czytanie. 4) Student zna reguły gramatyki niemieckiej. 5) Student posiada podstawowe informacje dotyczące kultury niemieckojęzycznej			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza na poziomie B1 / B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.		K_W01 K_W14
W2	Ma wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi		
Umiejętności			
U1	Posiada umiejętności w zakresie rozumieniu tekstów humanistycznych		K_U07 K_U14
U2	Posiada umiejętności w zakresie prowadzenia korespondencji		
U3	Posiada umiejętności w zakresie poprawnego rozwiązywania zadań na poziomie B2		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole		K_K05

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Strona bierna			4 st, 2 nst	
Spójniki w zdaniu pobocznym			6 st, 3 nst	
Czas przyszły			4 st, 2 nst	
Homonimy, zapożyczenia oraz wyrażenia rzeczownikowo-czasownikowe			6 st, 4 nst	
Czasowniki modalne we wszystkich czasach oraz w stronie biernej			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na pisanie listów			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na rozumienie ze słuchu			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja B2 z naciskiem na czytanie ze zrozumieniem			8 st, 5 nst	
Przygotowanie i symulacja egzaminu B2 z naciskiem na mówienie			8 st, 5 nst	
RAZEM		0	60 st, 36 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma wiedzę umożliwiającą zrozumienie tekstów zawodowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma wiedzę umożliwiającą korzystanie ze źródeł zewnętrznych i związanymi z nimi prawami autorskimi	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Posiada umiejętności w zakresie rozumieniu tekstów humanistycznych	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętności w zakresie prowadzenia korespondencji	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętności w zakresie poprawnego rozwiązywania zadań na poziomie B2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi komunikować się i współpracować w zespole	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	60	36	
2	Praca własna studenta	30	84	
Suma		90	120	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Funk, Kuhn, Demme, Winzer : Studio d. B1, Podręcznik z ćwiczeniami i materiałami treningowymi do Zertifikat Deutsch, Cornelsen Verlag, Berlin 2007			
2	Uta Matecki: „Dreimal Deutsch”, Ernst Klett Sprachen, Stuttgart2000			
Uzupełniająca				
1	Heiko Bock und Jutta Müller : Themen neu. Zertifikatsband. Arbeitsbuch”, Hueber Verlag , 2002 Max Hueber Verlag , Ismaning			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wybrane zagadnienia z filozofii		Kod przedmiotu MK 03
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Podstawowym celem zajęć jest przedstawienie ewolucji mediów masowych oraz ich analizy z perspektywy filozofii moralnej (etyki), z uwzględnieniem etyki twórców oraz odbiorców mediów. Krótka historia etyki i jej ewolucji od czasów Sokratesa do postmodernizmu, ze wskazaniem jej głównych problemów, które etyki próbuje analizować.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe umiejętności za zakresu filozofii: znajomość najważniejszych kierunków i szkół oraz terminologii filozoficznej w nich używanych.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W05 K_W13 K_W15 K_W20	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U08	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	K_K03 K_K04	
K2	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie: Filozofia jako nauka, jej działy i najważniejsze dyscypliny. Filozofia a światopogląd. Filozofia a ideologia. Filozofia a utopia.		1 st, 1 nst		
Rozumienie dziejów filozofii w „kluczu” idealizmu i realizmu oraz ich konsekwencja na gruncie edukacji		1 st, 1 nst		
Zarys dziejów filozofii (od Platońskiej racjonalizacji mitu do postmodernizmu)		8 st, 4 nst		
Główne koncepcje człowieka i ich konsekwencje na gruncie mediów		2 st, 1 nst		
Wybrane aporie filozofii mediów		3 st, 2 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne	<input type="checkbox"/>	[
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input type="checkbox"/>	[
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	[
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
U3	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
K2	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Tatarkiewicz W., <i>Historia filozofii</i> , t. 1-3, Warszawa 2005.			
2	Hudzik J. P., <i>Wykłady z filozofii mediów</i> , Warszawa 2017.			
Uzupełniająca				
1	Ajdukiewicz K., <i>Wybrane nurty i kierunki filozofii</i> , Warszawa 2004.			
2	Krasnodębski M., <i>Antropologia edukacji</i> , Głogów 2018.			
3	Krasnodębski M., <i>Zarys dziejów ateńskiej historii wychowania</i> , Warszawa 2011.			
4	Krasnodębski M., <i>Spotkanie a obecność w nauczaniu akademickim</i> , "Spotkania" nr 2/2018, s. 79-96.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wiedza o komunikacji		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć jest zapoznanie studentów z podstawową terminologią i pojęciami dotyczącymi komunikacji językowej oraz z teoretyczną analizą sposobów i mechanizmów komunikowania za pomocą języka.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Ogólna wiedza na temat języka polskiego oraz komunikacji językowej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W03 K_W05
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U11 K_U14 K_K08 K_K09
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
Kompetencje społeczne			
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		K_K08 K_K09 K_K11
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Komunikacja językowa jako jeden z rodzajów komunikacji. Najważniejsze modele komunikacji i przepływu informacji.		2 st, 1 nst		
Komunikacja interpersonalna a masowa. Rzeczywistość komunikacyjna ery 2.0		4 st, 2 nst		
Komunikacja niewerbalna i jej znaczenie w interakcjach (typy kodów parawerbalnych i niewerbalnych).		3 st, 2 nst		
Bariery i zakłócenia w komunikacji oraz techniki ich pokonywania.		2 st, 1 nst		
Kulturowe uwarunkowania zachowań komunikacyjnych (skrypty kulturowe, stereotypy i mity kulturowe w komunikacji).		4 st, 3 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Pisarek W., Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008.			
2	Bartmiński J., red., Współczesny język polski, Lublin 2001.			
Uzupełniająca				
1	Bugajski M., Język w komunikowaniu, Warszawa 2006.			
2	D.G. Leathers, Komunikacja niewerbalna, Warszawa 2009.			
3	K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, J. Snopek, K. Groń (red.), Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych, Warszawa 2013.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wiedza o kulturze		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie słuchaczy z podstawowymi pojęciami obecnymi w naukach o kulturze, oraz tradycją naukową refleksji nad kulturą i społeczeństwem (w tym socjologii, antropologii kultury, kulturoznawstwa, językoznawstwa). Uwrażliwienie na zagadnienie kontekstu społeczno-kulturowego, zapoznanie z pojęciami: etnocentryzm i relatywizm kulturowy, uniwersalizm i partykularyzm kulturowy. Uwrażliwienie na zagadnienie roli kultury w życiu codziennym, jej mechanizmach kształtujących sposoby myślenia, działania, komunikowania, zachowywania się.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Podstawowa wiedza z zakresu historii, wiedzy o społeczeństwie, języka polskiego, geografii w zakresie szkoły średniej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę, obejmującą wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy o kulturze (definiuje pojęcia: ewolucji i dyfuzji kultury, funkcji, struktury, fenomenu, doświadczenia hermeneutycznego; wskazuje na kontekst powstania, możliwości stosowania, rozwój pojęć) zorientowaną na praktyczne jej wykorzystanie w wybranych sferach działalności kulturalnej, medialnej lub promocyjno-reklamowej	K_W01 K_W02	
W2	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę na temat wyobrażeń kulturowych (mitów, symboli, znaków) ich roli w procesach adaptacyjnych i życiu codziennym. Dokonuje w ich świetle interpretacji tekstów kultury popularnej i masowej zorientowanych na praktyczne wykorzystanie w określonej sferze działalności (np. promocyjnej, komunikacyjnej).		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa wiedzę związaną z wybranym obszarem wiedzy o kulturze (wyszukuje informacje, analizuje je, selekcjonuje i ocenia ich przydatność pod kątem realizacji konkretnego zadania) korzystając z różnych źródeł (tradycyjnych oraz nowych mediów).	K_U01 K_U02 K_U03	
U2	Student buduje typową wypowiedź ustną i pisemną związaną z wybranym obszarem wiedzy o kulturze (wyobrażeń, mitów, „swój-obcy”).		
U3	Prezentuje własne poglądy, pomysły, wątpliwości i sugestie, popierając je argumentacją w kontekście własnych doświadczeń i wiedzy uzyskanej w czasie zajęć		
Kompetencje społeczne			
K1	Student wykazuje zrozumienie dla wartości, postaw, wyborów ludzi żyjących w różnych kontekstach kulturowych, wskazuje ich rolę w procesach adaptacyjnych, komunikacyjnych.	K_K01 K_K02	
K2	Student świadomie kształtuje swoją wiedzę dotyczącą wybranych zagadnień społeczno-kulturowych, jest świadom możliwości jej zastosowania w konkretnych działaniach komunikacyjnych, analitycznych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Wprowadzenie podstawowych pojęć: kultura, natura, cywilizacja, kultura materialna, społeczna, duchowa.		2 st, 1 nst		
Cechy kultury, sposoby definiowania kultury.		2 st, 1 nst		
Wprowadzenie do historii badań nad kulturą: antropologia społeczna, funkcjonalizm i definiowanie kultury przez pryzmat pojęcia funkcji, potrzeby i instytucji, wskazanie na zastosowanie pojęć do analizy wybranych faktów kulturowych.		4 st, 3 nst		
„Swoj-obcy”, „centrum-peryferie”, etnocentryzm i relatywizm kulturowy. Rola wyobrażeń kulturowych w życiu codziennym. Analizowanie odmiennych wzorów kulturowych przez pryzmat pojęć.		4 st, 2 nst		
Kultura jako sposób istnienia człowieka. Człowiek tworzy kulturę. Kultura tworzy człowieka. Rola ideologii (kultury, religii) w życiu jednostki i społeczeństwa		3 st, 2 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę, obejmującą wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy o kulturze (definiuje pojęcia: ewolucji i dyfuzji kultury, funkcji, struktury, fenomenu, doświadczenia hermeneutycznego; wskazuje na kontekst powstania, możliwości stosowania, rozwój pojęć) zorientowaną na praktyczne jej wykorzystanie w wybranych sferach działalności kulturalnej, medialnej lub promocyjno-reklamowej	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Student ma uporządkowaną podstawową wiedzę na temat wyobrażeń kulturowych (mitów, symboli, znaków) ich roli w procesach adaptacyjnych i życiu codziennym. Dokonuje w ich świetle interpretacji tekstów kultury popularnej i masowej zorientowanych na praktyczne wykorzystanie w określonej sferze działalności (np. promocyjnej, komunikacyjnej).	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Student samodzielnie zdobywa wiedzę związaną z wybranym obszarem wiedzy o kulturze (wyszukuje informacje, analizuje je, selekcjonuje i ocenia ich przydatność pod kątem realizacji konkretnego zadania) korzystając z różnych źródeł (tradycyjnych oraz nowych mediów).	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Student buduje typową wypowiedź ustną i pisemną związaną z wybranym obszarem wiedzy o kulturze (wyobrażeń, mitów, „swoj-obcy”).	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Prezentuje własne poglądy, pomysły, wątpliwości i sugestie, popierając je argumentacją w kontekście własnych doświadczeń i wiedzy uzyskanej w czasie zajęć	<input type="checkbox"/>		
K1	Student wykazuje zrozumienie dla wartości, postaw, wyborów ludzi żyjących w różnych kontekstach kulturowych, wskazuje ich rolę w procesach adaptacyjnych, komunikacyjnych.	<input type="checkbox"/>		
K2	Student świadomie kształtuje swoją wiedzę dotyczącą wybranych zagadnień społeczno- kulturowych, jest świadom możliwości jej zastosowania w konkretnych działaniach komunikacyjnych, analitycznych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	20	21	
Suma		35	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Bursza W., Antropologia kultury, Warszawa 1998			
2	Nowicka E., Świat człowieka, świat kultury, Warszawa 2006.			
Uzupełniająca				
1	Gimbut M., Rega A., Normalne, naturalne, uniwersalne, partykularne[w:] Nauka i społeczeństwo w stulecie szczególnej teorii względności Alberta Einsteina (1905-2005), red. B. Płonka-Syroka, Wrocław 2007.			
2	Leach E., Kultura i komunikowanie, Warszawa 1989.			
3	Levi-Strauss C., Myśl nieoswojona, Warszawa 1960.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wiedza o sztuce		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest nabycie przez studentów podstawowej wiedzy o sztuce europejskiej i historii sztuki jako dyscyplinie naukowej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu sztuk plastycznych obowiązująca w programie szkół średnich			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student wie, jakimi metodami badawczymi posługuje się historia sztuki.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Zna podstawowe zagadnienia dotyczące historii sztuki europejskiej.		
W3	Zna terminologię specjalistyczną.		
Umiejętności			
U1	Student potrafi dokonać opisu dzieła sztuki.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Potrafi dokonać wstępnej analizy ikonograficznej.		
U3	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z wiedzą o sztuce i mediach z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student jest zdolny do kompetentnego kontaktu z dziełami sztuki.		K_K01
K2	Otwarty na nowe doświadczenia w obszarach sztuki współczesnej.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez wiedzę o sztuce.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Co to jest sztuka? Geneza i przemiany pojęcia do czasów najdawniejszych po czasy współczesne.		7 st, 5 nst		
Podstawy analizy dzieła sztuk plastycznych. dzieło sztuki jako „przekaz”. Zalety i wady schematu komunikacyjnego. Wielowarstwowa struktura dzieła sztuki		2 st, 1 nst		
Forma a treść dzieła sztuki.		2 st, 1 nst		
Status ontyczny dzieła sztuki. Dzieło plastyczne w kontekście innych dziedzin sztuki – powinowactwa i różnice.		2 st, 1 nst		
Współczesne próby definiowania sztuki. Co jeszcze jest sztuką?		2 st, 1 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student wie, jakimi metodami badawczymi posługuje się historia sztuki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna podstawowe zagadnienia dotyczące historii sztuki europejskiej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna terminologię specjalistyczną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Student potrafi dokonać opisu dzieła sztuki.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Potrafi dokonać wstępnej analizy ikonograficznej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z wiedzą o sztuce i mediach z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Student jest zdolny do kompetentnego kontaktu z dziełami sztuki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Otwarty na nowe doświadczenia w obszarach sztuki współczesnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez wiedzę o sztuce.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	30	21	
Suma		45	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Białostocki J., Sztuka cenniejsza niż złoto, Warszawa 2002.			
2	Freeland C., Czy to jest sztuka? Wprowadzenie do teorii sztuki, Poznań 2004.			
Uzupełniająca				
1	T. Załuski, Sztuki w przestrzeni transmedialnej, Łódź 2010.			
2	M. Ożóg, Projektowanie sztuki: sztuka nowych mediów w perspektywie metadesignu, Kultura Współczesna 2009 3 (61) , s. 123-133.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wiedza o literaturze		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawową wiedzą na temat miejsca literaturoznawstwa wśród innych nauk humanistycznych. Omówienie cech i elementów składowych literatury. Zaznajomienie z pojęciami dotyczącymi analizy, interpretacji i wartościowania dzieła literackiego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu historii i teorii literatury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.		K_W01 K_W06 K_W08
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu rodzajów i gatunków literackich.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej wykorzystanie w wybranych sferach działalności kulturalnej i medialnej.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z nauką o literaturze.		K_U01 K_U02 K_K07 K_K08
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.		K_K04 K_K07 K_K08
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Swoistość literatury. Literaturaoznawstwo pośród innych nauk humanistycznych.		2 st, 2 nst		
Analiza, interpretacja i wartościowanie dzieła literackiego.		2 st, 1 nst		
Strukturalizm.		2 st, 1 nst		
Hermeneutyka.		2 st, 1 nst		
Psychoanaliza.		2 st, 1 nst		
Semiotyka.		2 st, 1 nst		
Dekonstrukcjonizm.		2 st, 1 nst		
Badania kulturowe.		1 st, 1 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu rodzajów i gatunków literackich.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej wykorzystanie w wybranych sferach działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z nauką o literaturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A. Burzyńska, M.P. Markowski, <i>Teorie literatury XX wieku. Podręcznik</i> , Kraków 2006.			
2	J. Krzyżanowski, <i>Nauka o literaturze</i> , Wrocław 1984.			
2	Z. Mitosek, <i>Teorie badań literackich. Przegląd historyczny</i> , Warszawa 1988.			
Uzupełniająca				
1	U. Eco, <i>O literaturze</i> , przeł. J. Ugniewska, A. Wasilewska, Warszawa 2003.			
2	A. Hutnikiewicz, <i>Od czystej formy do literatury faktu. Główne teorie i programy literackie XX stulecia</i> , Warszawa 1988.			
3	J. Krzyżanowski, <i>Sztuka słowa. Rzecz o zjawiskach literackich</i> , Warszawa 1984.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do problematyki nowych mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	30	Wykład	18
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze wiedzy o nowych mediach. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu hipertekstualności, interaktywności i wirtualności oraz różnych koncepcji interfejsu. Rozwijanie kompetencji medialnej – umiejętności oceny i analizy przekazu nowo medialnego oraz znajomości zasad rządzących językiem nowych mediów.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza na temat mediów oraz ich funkcjonowania.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W02 K_W03 K_W05	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U11 K_K08	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
Kompetencje społeczne			
K1	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.	K_K06 K_K08 K_K10	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Definiowanie nowych mediów. Na czym polega nowość? Podział mediów		2 st, 1 nst		
Kompetencje medialne współczesnego człowieka w dobie Internetu 2.0. Nowy wymiar komunikacji		4 st, 3 nst		
Język nowych mediów według Lva Manovicha		3 st, 2 nst		
Prekursorzy, filozofowie, przedstawiciele i wizjonerzy nowych mediów		4 st, 3 nst		
Nowe media w kulturze [teatr, opera, film, muzyka, sztuka].		3 st, 2 nst		
Sztuka nowych mediów, literatura cyfrowa		4 st, 2 nst		
Kultura konwergencji mediów i kultura partycypacji.		2 st, 1 nst		
Odmiany interaktywności. Multimedialność a intermedialność		4 st, 2 nst		
Teleobecność. Tożsamość w zmediatyzowanym świecie.		2 st, 1 nst		
Media mobilne, lokacyjne i geolokacyjne.		2 st, 1 nst		
RAZEM		30 st, 18 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input type="checkbox"/>		
K1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovich L., Język nowych mediów, przeł. P. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.			
2	M. Filiciak, A. Tarkowski, Dwa zero. Alfabet nowej kultury i inne teksty, Warszawa 2014.			
Uzupelniajaca				
1	Nowe media: wyzwania i ograniczenia, red. T. Gackowski, Warszawa 2013.			
2	Nowe media i komunikowanie wizualne, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin 2010.			
3	Hopfinger M. (red.), Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku, Oficyna Naukowa, Warszawa 2005.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do socjologii		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami charakterystycznymi dla socjologii, umożliwiającymi opis i porządkowanie różnych aspektów rzeczywistości społecznej. Kształtowanie umiejętności myślenia socjologicznego i stosowania perspektywy socjologicznej w działalności naukowej i praktycznej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawy wiedzy społecznej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	zna i rozumie elementarną terminologię używaną w pedagogice, poszerzoną w zakresie właściwym dla studiowanej specjalności, oraz sposoby jej zastosowania w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych	K_W01 K_W02 K_W04	
W2	ma elementarną wiedzę o systemie nauk społecznych i humanistycznych, ich metodologii oraz wzajemnych relacjach a także o usytuowaniu pedagogiki w tym systemie		
W3	zna różne ujęcia funkcjonowania człowieka, rozumie ich filozoficzne, humanistyczne i społeczne źródła oraz konteksty		
Umiejętności			
U1	potrafi opisywać, na podstawie własnej obserwacji, różne przejawy zachowań w wybranym przez siebie obszarze społecznej praktyki	K_U01 K_U03 K_U17	
U2	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną w odniesieniu do konkretnych sytuacji pedagogicznej praktyki (opiekuńczej, wychowawczej, edukacyjnej, kulturalnej, pomocowej)		
U3	jest przygotowany do działań organizujących i wspierających rozwój oraz procesy uczenia się wszystkich podmiotów społecznego życia		
Kompetencje społeczne			
K1	potrafi opisywać, na podstawie własnej obserwacji, różne przejawy zachowań w wybranym przez siebie obszarze społecznej praktyki	K_K01 K_K05 K_K07	
K2	jest zdolny do współpracy i współdziałania z innymi - specjalistami i niespecjalistami - zarówno podczas pracy indywidualnej jak i zespołowej		
K3	postępuje w sposób odpowiedzialny i etyczny		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L / P
Źródła wiedzy społecznej i socjologicznej. Socjologia jako nauka i jej powiązania z innymi naukami. Funkcje, kierunki w socjologii. Twórcy socjologii i ich dzieła.		2		
Koncepcje rozwoju społecznego. Człowiek w socjologii. Konformizm. Normy społeczne.		2		
Rodzina jako mała grupa społeczna, rodzaje, funkcje rodzin.		2		
Grupy społeczne, małe, duże. Zbiory ludzi. Struktury społeczne.		2		
Kultura i jej wpływ na jednostkę		2		
System aksjonarmatywny.		2		
Zróżnicowania społeczne. Nierówności. Konflikty społeczne. Transformacja 1989 roku w Polsce.		3		
RAZEM		15	0	0
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L / P
Źródła wiedzy społecznej i socjologicznej. Socjologia jako nauka i jej powiązania z innymi naukami. Twórcy socjologii i ich dzieła.		2		
Koncepcje rozwoju społecznego. Człowiek w socjologii. Konformizm. Normy społeczne.		2		
Rodzina jako mała grupa społeczna. Zbiory ludzi. Socjalizacja. Socjotechnika. System wartościowo-normatywny.		2		
Pojęcie narodu. Mniejszości narodowe i ich problemy.		2		
Kultura i jej wpływ na jednostkę. Zmiana społeczna. Społeczeństwo polskie po 1989 roku.		1		
RAZEM		9	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
Waga w weryfikacji efektów uczenia się		70%	20%	10%
W1	zna i rozumie elementarną terminologię używaną w pedagogice, poszerzoną w zakresie właściwym dla studiowanej specjalności, oraz sposoby jej zastosowania w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	ma elementarną wiedzę o systemie nauk społecznych i humanistycznych, ich metodologii oraz wzajemnych relacjach a także o usytuowaniu pedagogiki w tym systemie	<input checked="" type="checkbox"/>		
W3	zna różne ujęcia funkcjonowania człowieka, rozumie ich filozoficzne, humanistyczne i społeczne źródła oraz konteksty	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	potrafi opisywać, na podstawie własnej obserwacji, różne przejawy zachowań w wybranym przez siebie obszarze społecznej praktyki	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną w odniesieniu do konkretnych sytuacji pedagogicznej praktyki (opiekuńczej, wychowawczej, edukacyjnej, kulturalnej, pomocowej)	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	jest przygotowany do działań organizujących i wspierających rozwój oraz procesy uczenia się wszystkich podmiotów społecznego życia	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	potrafi opisywać, na podstawie własnej obserwacji, różne przejawy zachowań w wybranym przez siebie obszarze społecznej praktyki	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	jest zdolny do współpracy i współdziałania z innymi - specjalistami i niespecjalistami - zarówno podczas pracy indywidualnej jak i zespołowej	<input checked="" type="checkbox"/>		
K3	postępuje w sposób odpowiedzialny i etyczny			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Sztompka P., <i>Socjologia. Analiza społeczeństwa</i> , Kraków 2006.			
2	Giddens A., <i>Socjologia</i> , Warszawa 2012.			
Uzupelniająca				
1	Bauman Z., <i>Socjologia</i> , Poznań 1996.			
2	Goodman N., <i>Wstęp do socjologii</i> , Poznań 2009.			
3	Szacka B., <i>Wprowadzenie do socjologii</i> , Warszawa 2003.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Kreatywne pisanie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studenta z zasadami tworzenia tekstu literackiego, jego struktury i praw nim rządzących. Tworzenie własnego tekstu literackiego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W01 K_W06 K_W08	
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
Umiejętności			
U1	Rozumie rolę kreatywnego podejścia do tworzenia tekstu.	K_U02 K_U03 K_U15 K_K07 K_K08	
U2	Tworzy tekst literacki, wykorzystując wiedzę z zakresu literaturoznawstwa.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	K_K04 K_K07 K_K08	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Świat przedstawiony dzieła literackiego. Czym jest kreatywne pisanie?			4 st, 3 nst	
Analiza świata przedstawionego i kompozycji dzieła literackiego.			2 st, 1 nst	
Pułapka autobiografizmu.			2 st, 1 nst	
Kreacja bohatera tekstu.			4 st, 3 nst	
Tworzenie świata przedstawionego.			4 st, 3 nst	
Fabuła i narracja.			2 st, 1 nst	
Rola dialogów.			2 st, 1 nst	
Konstruowanie dialogów.			2 st, 1 nst	
Struktura tekstu.			2 st, 1 nst	
Sensualność opisów.			2 st, 1 nst	
Prezentacja i analiza prac studentów.			4 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 st	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		50%	30%	20%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input type="checkbox"/>		
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Rozumie rolę kreatywnego podejścia do tworzenia tekstu.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Tworzy tekst literacki, wykorzystując wiedzę z zakresu literaturoznawstwa.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.	<input type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	K. Bonda, <i>Maszyna do pisania. Kurs kreatywnego pisania</i> , Warszawa 2015.			
2	J. Wrycza-Bekier, <i>Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> , Gliwice 2014.			
Uzupełniająca				
1	<i>Antropologia twórczości słownej. Zagadnienia i wybór tekstów</i> , oprac. K. Hągmajer-Kwiątek, A. Karpowicz, J. Kowalska-Leder, red. A. Karpowicz, Warszawa 2012.			
2	J. Krzyżanowski, <i>Nauka o literaturze</i> , Wrocław 1984.			
3	J. Krzyżanowski, <i>Sztuka słowa. Rzec o zjawiskach literackich</i> , Warszawa 1984.			
4	M. Kuziak, S. Rzepczyński, <i>Jak pisać?</i> , Bielsko-Biała 2005.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Strategie pisarskie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Tworzenie utworu literackiego na podstawie analizy wybranych dzieł wielkich pisarzy.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W01 K_W06 K_W08	
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków i rodzajów literackich.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia, historia, filozofia) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
Umiejętności			
U1	Rozumie rolę kreatywnego podejścia do tworzenia i analizowania tekstu literackiego.	K_U02 K_U03 K_U15 K_K07 K_K08	
U2	Tworzy tekst literacki, wykorzystując wiedzę z zakresu teorii i historii literatury.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	K_K04 K_K07 K_K08	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Świat przedstawiony i kompozycja dzieła literackiego.			4 st, 3 nst	
Analiza świata przedstawionego.			2 st, 1 nst	
Analiza kompozycji dzieła literackiego.			2 st, 1 nst	
Kreacja bohatera dzieła literackiego.			4 st, 3 nst	
Tworzenie świata przedstawionego.			4 st, 3 nst	
Fabuła i narracja.			2 st, 1 nst	
Rola i konstruowanie dialogów.			2 st, 1 nst	
Sensualność opisów. Analiza tekstów literackich.			2 st, 1 nst	
Struktura tekstu. Analiza tekstów literackich.			2 st, 1 nst	
Ćwiczenia nad tworzeniem własnych tekstów inspirowanych pisarzami.			2 st, 1 nst	
Prezentacja i analiza prac studentów.			4 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		50%	30%	20%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input type="checkbox"/>		
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków i rodzajów literackich.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia, historia, filozofia) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Rozumie rolę kreatywnego podejścia do tworzenia i analizowania tekstu literackiego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Tworzy tekst literacki, wykorzystując wiedzę z zakresu teorii i historii literatury.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.	<input type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	K. Bonda, <i>Maszyna do pisania. Kurs kreatywnego pisania</i> , Warszawa 2015.			
2	J. Wrycza-Bekier, <i>Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> , Gliwice 2014.			
Uzupelniajaca				
1	<i>Antropologia twórczości słownej. Zagadnienia i wybór tekstów</i> , oprac. K. Hągmajer-Kwiątek, A. Karpowicz, J. Kowalska-Leder, red. A. Karpowicz, Warszawa 2012.			
2	U. Eco, <i>O literaturze</i> , przeł. J. Ugniewska, A. Wasilewska, Warszawa 2003.			
3	J. Krzyżanowski, <i>Nauka o literaturze</i> , Wrocław 1984.			
4	J. Krzyżanowski, <i>Sztuka słowa. Rzecz o zjawiskach literackich</i> , Warszawa 1984.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Arcydzieła literatury polskiej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi utworami literatury polskiej o szczególnym znaczeniu w kulturze.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu historii i teorii literatury, analizy i interpretacji dzieła literackiego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.		K_W01 K_W06 K_W08
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne w interpretacji dzieła.		
Umiejętności			
U1	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania swojego stanowiska interpretacyjnego oraz formułowania wniosków.		K_U01 K_U02 K_U11 K_U15 K_K07 K_K08
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.		K_K04 K_K07 K_K08
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła literackiego.			2 st, 2 nst	
Jan Kochanowski <i>Treny</i>			2 st, 2 nst	
Ignacy Krasicki <i>Monachomachia</i>			2 st, 2 nst	
Adam Mickiewicz <i>Pan Tadeusz</i>			2 st, 1 nst	
Eliza Orzeszkowa <i>Cham</i>			2 st, 1 nst	
Bolesław Prus <i>Nowele</i>			2 st, 1 nst	
Stanisław Wyspiański <i>Wesele</i>			2 st, 1 nst	
Tadeusz Boy-Żeleński <i>Słówka</i>			2 st, 1 nst	
Zofia Nalkowska <i>Romans Teresy Hennert</i>			2 st, 1 nst	
Jarosław Iwaszkiewicz <i>Panny z Wilka</i>			2 st, 1 nst	
Tadeusz Borowski <i>Kamienny świat</i>			2 st, 1 nst	
Leon Kruczkowski <i>Niemcy</i>			2 st, 1 nst	
Władysław Broniewski "Anka" (cykl)			2 st, 1 nst	
Stanisław Grochowiak <i>Chłopy</i>			2 st, 1 nst	
Czesław Miłosz <i>Dolina Issy</i>			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		40%	10%	50%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.			
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.			
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne w interpretacji dzieła.			
U1	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania swojego stanowiska interpretacyjnego oraz formułowania wniosków.	[
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.	[
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.	[
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	[
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.			
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.			
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	<i>Historia literatury polskiej w zarysie</i> , t. 1, red. M. Stępień, A. Wilkoń, Warszawa 1989.			
2	<i>Historia literatury polskiej w zarysie</i> , t. 2, red. M. Stępień, A. Wilkoń, Warszawa 1989.			
Uzupełniająca				
1	<i>Arcydzieła literatury polskiej. Interpretacje</i> , t. III, red. S. Grzeszczuk, A. Niewolak-Krzywdy, Rzeszów 1990.			
2	J. Krzyżanowski, <i>Dzieje literatury polskiej</i> , Warszawa 1979.			
3	<i>Literatura polska. Encyklopedia PWN. Epoki literackie, prądy i kierunki, dzieła i twórcy</i> , red. B. Kaczorowski, Warszawa 2007.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Arcydziela literatury światowej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi utworami literatury światowej o szczególnym znaczeniu w kulturze.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu historii i teorii literatury, analizy i interpretacji dzieła literackiego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.		K_W01 K_W06 K_W08
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne w interpretacji dzieła.		
Umiejętności			
U1	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania swojego stanowiska interpretacyjnego oraz formułowania wniosków.		K_U01 K_U02 K_U11 K_U15 K_K07 K_K08
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.		K_K04 K_K07 K_K08
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			L/P
	W	C	L/P	
Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła literackiego.		2 st, 2 nst		
Dramat antyczny – Sofokles, <i>Król Edyp</i> .		2 st, 2 nst		
Dramat szekspirowski – William Szekspir, <i>Hamlet</i> .		2 st, 2 nst		
Powieść naturalistyczna – Emil Zola, <i>Nana</i> .		2 st, 1 nst		
Dramat realistyczny – Henryk Ibsen, <i>Dom Lalki (Nora)</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść modernistyczna – Oscar Wilde, <i>Portret Doriana Graya</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść modernistyczna – Joseph Conrad, <i>Jądro ciemności</i> .		2 st, 1 nst		
Opowiadanie psychologiczne – Thomas Mann, <i>Śmierć w Wenecji</i> .		2 st, 1 nst		
Opowiadanie szkatułkowe – Michaił Szolochow, <i>Los człowieka</i> .		2 st, 1 nst		
Tragikomedya – Friedrich Dürrenmatt, <i>Wizyta starszej pani</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść egzystencjalna – Kobo Abe, <i>Kobieta z wydm</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść obyczajowa Kenzaburo Oe, <i>Sprawa osobista</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść synkretyczna – Doris Lessing, <i>Piąte dziecko</i> .		2 st, 1 nst		
Powieść psychologiczna – Elfriede Jelinek, <i>Pianistka</i> .		2 st, 1 nst		
Poezja rosyjska XX wieku (wybór).		2 st, 1 nst		
RAZEM	0	30 st, 18 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		40%	10%	50%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauki o literaturze.			
W2	Ma podstawową wiedzę z zakresu gatunków literackich.			
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych (psychologia, socjologia) zorientowaną na zastosowania praktyczne w interpretacji dzieła.			
U1	Poświadcza umiejętność merytorycznego argumentowania swojego stanowiska interpretacyjnego oraz formułowania wniosków.			
U2	Potrafi analizować oraz interpretować dzieła literackie ze szczególnym uwzględnieniem ich roli w kulturze.			
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu literaturoznawstwa.			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.			
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych.			
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
	Suma	100	100	
	ECTS	4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	<i>Dzieje literatur europejskich</i> , t. 1-3, red. W. Floryan, Warszawa 1977-1991.			
2	U. Eco, <i>O literaturze</i> , przeł. J. Ugniewska, A. Wasilewska, Warszawa 2003.			
Uzupelniajaca				
1	L. Eustachiewicz, <i>Dramaturgia współczesna 1945-1980</i> , Warszawa 1985.			
2	<i>Epoki i kierunki w kulturze. Sztuka, literatura, muzyka, teatr i film</i> , red. M. Wilińska, B. Działoszyński, A. Rosa, Warszawa 2008.			
3	Z. Kubiak, <i>Literatura Greków i Rzymian</i> , Warszawa 1999.			
4	P. Mroczkowski, <i>Historia literatury angielskiej. Zarys</i> , Wrocław 1981.			
5	<i>Studia z literatury polskiej i obcej</i> , red. L. Ludorowski, Lublin 1988.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	GATUNKI INTERNETOWE		Kod przedmiotu MK_04-3
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie z podstawowymi gatunkami internetowymi: czat, blog, strona www, e-mail, SMS. Zaznajomienie z wybranymi koncepcjami dotyczącymi komunikowania w Internecie. Kształtowanie wiedzy na temat przebiegu i cech specyficznych komunikowania za pośrednictwem Internetu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student porządkuje wiedzę na temat funkcjonowania Internetu. Rozpoznaje socjologiczne i kulturowe aspekty oddziaływania Internetu.	K_W02, K_W05, K_W06	
W2	Wyjaśnia wybrane zjawiska z zakresu komunikacji internetowej.		
W3	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu wyznaczników pragmatycznych i strukturalnych gatunków internetowych. Wymienia i charakteryzuje wyznaczniki gatunków internetowych.		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z gatunkami internetowymi.	K_U02 K_U03 K_U11 K_U14 K_U15 K_K07 K_K09	
U2	Weryfikuje i odróżnia pozytywny od negatywnego wpływ Internetu na komunikowanie.		
U3	Student rozwija umiejętność oceny i interpretacji zjawisk generowanych przez Internet. Moderuje wybrane gatunki internetowe. Weryfikuje i odróżnia pozytywny od negatywnego wpływ Internetu na komunikowanie.		
U4	wybranych języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
U5	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu gatunków internetowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach internetowych	K_K02 K_K07 K_K09 K_K10	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.		
K3	Ma świadomość znaczenia Internetu w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K4	Ma świadomość wagi Internetu w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.		2 st, 2 nst		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego. Poziom pisowni, ortografii i interpunkcji. Poziom leksykalny i składniowy (leksyka internetowa, zapożyczenia, słowotwórstwo w słownictwie internetowym (przedrostki i akronimy))		2 st, 1 nst		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego		2 st, 1 nst		
Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku		2 st, 1 nst		
Blog– pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów		2 st, 1 nst		
Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku		2 st, 1 nst		
Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku		2 st, 1 nst		
SMS - wyznaczniki gatunku		1 st, 1 nst		
Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania			2 st, 1 nst	
Bлоги, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady			5 st, 4 nst	
Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów			2 st, 1 nst	
Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo			4 st, 2 nst	
Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych			2 st, 1 nst	
RAZEM		15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student porządkuje wiedzę na temat funkcjonowania Internetu. Rozpoznaje socjologiczne i kulturowe aspekty oddziaływania Internetu.	<input type="checkbox"/>		
W2	Wyjaśnia wybrane zjawiska z zakresu komunikacji internetowej.	<input type="checkbox"/>		
W3	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu wyznaczników pragmatycznych i strukturalnych gatunków internetowych. Wymienia i charakteryzuje wyznaczniki gatunków internetowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z gatunkami internetowymi.	<input type="checkbox"/>		
U2	Weryfikuje i odróżnia pozytywny od negatywnego wpływ Internetu na komunikowanie.	<input type="checkbox"/>		
U5	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu gatunków internetowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	Student rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach internetowych	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K4	Ma świadomość wagi Internetu w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	J. Grzenia, Komunikacja językowa w Internecie, Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.			
2	K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Internetowe gatunki dziennikarskie, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2010			
Uzupełniająca				
1	Z. Bauer i E. Chudziński (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.			
2	L. Olszański, Media i dziennikarstwo internetowe, Wydawnictwo Poltext 2012.			
3	J.Podracki, E.Wolańska, Język w mediach elektronicznych, Warszawa 2008.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	GATUNKI PRASOWE		Kod przedmiotu MK_04-4
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć są wyznaczniki najważniejszych gatunków informacyjnych i publicystycznych (w dziennikarstwie prasowym). Spośród gatunków informacyjnych najwięcej uwagi poświęci się informacji prostej i informacji złożonej oraz sprawozdaniu i relacji. W przypadku gatunków publicystycznych będą to komentarz, felieton, artykuł publicystyczny, różne rodzaje reportaży, wywiad oraz esej i recenzja.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych gatunków prasowych	K_W02, K_W06	
W2	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech publicystycznych gatunków prasowych. Ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjno-publicystycznych gatunków prasowych.		
Umiejętności			
U1	Student sprawnie redaguje najważniejsze informacyjne gatunki prasowe. Sprawnie redaguje publicystyczne gatunki prasowe. Sprawnie redaguje informacyjno-publicystyczne gatunki prasowe. Umiejętnie adiustuje tekst.	K_U03, K_U14, K_U15	
U2	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu gatunków prasowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach prasowych.	K_K02 K_K07 K_K09 K_K10	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.		
K3	Ma świadomość znaczenia prasy w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K4	Ma świadomość wagi prasy w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego. Język wypowiedzi w prasie: słownictwo, kolokwializacja, wulgaryzmy, odmiany językowe w prasie. Błędy językowe.		2 st, 2 nst		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź		2 st, 1 nst		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: <i>fait divers</i> , sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż		2 st, 1 nst		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny		2 st, 1 nst		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach		2 st, 1 nst		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, życiorys, nekrolog/wspomnienie		2 st, 1 nst		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata		2 st, 1 nst		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji		1 st, 1 nst		
Ćwiczenia w sposobach wzbogacania tekstu prasowego. Gatunki prasowe a język: jak unikać najpoważniejszych błędów składniowych, fleksyjnych i interpunkcyjnych? Ćwiczenia w tytułowaniu tekstów. Składniki komunikatu prasowego.			2 st, 1 nst	
Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lidów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.			5 st, 4 nst	
Felieton – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.			2 st, 1 nst	
Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.			4 st, 2 nst	
Esej – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseiści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.			2 st, 1 nst	
RAZEM		15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych gatunków prasowych	<input type="checkbox"/>		
W2	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech publicystycznych gatunków prasowych. Ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjno-publicystycznych gatunków prasowych.	<input type="checkbox"/>		
U1	Student sprawnie redaguje najważniejsze informacyjne gatunki prasowe. Sprawnie redaguje publicystyczne gatunki prasowe. Sprawnie redaguje informacyjno-publicystyczne gatunki prasowe. Umiejętnie adiuście tekst.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł	<input type="checkbox"/>		
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach prasowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K4	Ma świadomość wagi prasy w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	M. Kaczmarczyk, <i>Gatunki prasowe w praktyce. Ćwiczenia warsztatowe dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej</i> , Sosnowiec 2006.			
2	M. Ślawska, <i>Formy dialogu w gatunkach prasowych</i> , Katowice 2014.			
Uzupelniajaca				
1	T. Goban-Klas, <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa 2005.			
2	B. Hennessy, <i>Dziennikarstwo publicystyczne</i> , przeł. A. Sadza, Kraków 2009.			
3	M. Wojtak, <i>Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych</i> , Lublin 2008.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki radiowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	75
CEL PRZEDMIOTU			
Przekazanie wiedzy na temat publicystycznych gatunków radiowych. Wykształcenie umiejętności przekonującego mówienia i właściwej prezentacji przed mikrofonem. Na zajęciach charakteryzowane są gatunki publicystyczne, przedstawiana jest też historia i współczesność polskiej publicystyki radiowej. Omawiane są też związki retoryki z publicystyką. Studenci uczą się jasno, precyzyjnie i przekonująco wyrażać swoje zdanie na forum publicznym. Mają również okazję poznać warsztat pracy publicysty radiowego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych gatunków radiowych.	K_W02 K_W03 K_W06	
W2	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech publicystycznych gatunków radiowych.		
W3	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjno-publicystycznych gatunków radiowych.		
Umiejętności			
U1	Student sprawnie redaguje najważniejsze informacyjne gatunki radiowe.	K_U03 K_U14 K_U15 K_K07 K_K09	
U2	Sprawnie redaguje publicystyczne gatunki radiowe.		
U3	Sprawnie redaguje informacyjno-publicystyczne gatunki radiowe.		
U4	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
U5	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu gatunków radiowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach radiowych.	K_K02 K_K07 K_K09 K_K10	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.		
K3	Ma świadomość znaczenia radia w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K4	Ma świadomość wagi radia w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Charakterystyka radia jako medium. Lingwistyczne badania nad językiem w radiu (charakterystyka ogólna). Język mówiony w radiu. Historia publicystyki radiowej: złota era radia, okres dominacji telewizji, u progu cyfryzacji.		2 st, 2 nst		
Struktura programu radiowego.		2 st, 1 nst		
Charakterystyka publicystycznych gatunków radiowych: słuchowisko radiowe.		2 st, 1 nst		
Charakterystyka publicystycznych gatunków radiowych: wywiad radiowy, reportaże radiowy.		2 st, 1 nst		
Charakterystyka publicystycznych gatunków radiowych: felieton radiowy, komentarz, materiał reporterski.		2 st, 1 nst		
Charakterystyka publicystycznych gatunków radiowych: dziennikarstwo interwencyjne i śledcze.		2 st, 1 nst		
Retoryka i erystyka w pracy publicysty: konstrukcja przekonującej wypowiedzi, dobór środków językowych.		2 st, 1 nst		
Sztuka wystąpień publicznych.		1 st, 1 nst		
Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.			2 st, 2 nst	
Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaże, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.			2 st, 1 nst	
Słuchowisko a inne gatunki radiowe. Środki wyrazu. Proces powstawania. Słuchowiskaw Polsce. Przykłady słuchowisk ciągłych. Autorzy oryginalnych słuchowisk Teatru Polskiego Radia. Słuchowiska Teatru Polskiego Radia wydane drukiem.			2 st, 1 nst	
Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.			2 st, 1 nst	
Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.			2 st, 1 nst	
Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.			2 st, 1 nst	
Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.			2 st, 1 nst	
Sztuka wystąpień publicznych.			1 st, 1 nst	
RAZEM		15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych gatunków radiowych.			
W2	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech publicystycznych gatunków radiowych.			
W3	Ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjno-publicystycznych gatunków radiowych.			
U1	Student sprawnie redaguje najważniejsze informacyjne gatunki radiowe.			
U2	Sprawnie redaguje publicystyczne gatunki radiowe.			
U5	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu gatunków radiowych.			
K1	Student rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy o gatunkach radiowych.			
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.			
K4	Ma świadomość wagi radia w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	75	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Berger J., Polskie Radio, Teatr, Historia, Część I -Początki.			
2	Bauer Z., Chudziński E. Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000,			
3	Schopenhauer A. .Erystyka czyli sztuka prowadzenia sporów, Warszawa 1993,			
Uzupełniająca				
1	Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000.			
2	Beliczyński J., Radio jako obiekt zarządzania, Kraków 2005.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	GATUNKI TELEWIZYJNE		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Przekazanie wiedzy na temat informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych. Historia i współczesność polskiej publicystyki telewizyjnej. Związki retoryki z publicystyką.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza ogólna o języku polskim oraz telewizji			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W03 K_W05
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U11 K_U12 K_K08 K_K09
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		K_K08 K_K09 K_K10
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wyznaczniki dyskursu telewizyjnego. Styl w telewizji. Charakterystyka tekstów telewizyjnych. Autotematyzm telewizji.		2 st, 1 nst	2 st, 1 nst	
Charakterystyka informacyjnych gatunków telewizyjnych: wzmianka, informacja, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, korespondencja, raport, reportaż telewizyjny.		4 st, 2 nst	4 st, 2 nst	
Charakterystyka publicystycznych gatunków telewizyjnych: film dokumentalny, powieść w odcinkach, komentarz, felieton, recenzja.		4 st, 3 nst	4 st, 3 nst	
Charakterystyka informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych: wywiad, debata, talk-show.		3 st, 2 nst	3 st, 2 nst	
Telewizja w Internecie		2 st, 1 nst	2 st, 1 nst	
RAZEM		15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Dziennikarstwo i świat mediów, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000.			
2	W. Godzic, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.			
Uzupełniająca				
1	30 najważniejszych programów TV w Polsce, red. W. Godzic, Warszawa 2005.			
2	A. Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, przeł. A. Sadza, Kraków 2011.			
3	H. Jenkins, Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy fotografii		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	1	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podział obiektywów; różne typy obiektywów – rozwinięcie tematu z poprzednich zajęć. Kryteria długości ogniskowej, przysłona i jej rola – otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu, co to jest „jasność obiektywu”? Omówienie prawa Bunsena i Roscoe’go. Efekt Schwarzschilda. Zajęcia poparte ćwiczeniami.			4 st, 2 nst	
Praca przy świetle sztucznym-ciągłym, oraz zasady obowiązujące podczas pracy ze światłem błyskowym. Efekty światła kierunkowego. Fotografowanie „pod światło”. Co to jest światło mieszane?			4st, 2 nst	
Różne sposoby pomiaru światła. Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Określenie właściwego czasu naświetlania i kryteria z tym związane. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszane			4 st, 2 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle zastanym. I etap			4 st, 2 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle aranżowanym – II etap – ćwiczenia na podstawie samodzielnie wykonanych zdjęć. Przegląd i omówienie fotografii z pierwszego etapu. Rozwinięcie zagadnień dotyczących drugiej części zadania, po analizie zdjęć pierwszej części			4 st, 2 nst	
„Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna Zajęcia praktyczne poprzedzone krótkim wprowadzeniem teoretycznym, poparte wspólną analizą kilku fotografii			4 st, 2 nst	
Zajęcia praktyczne. „Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna			2st, 2 nst	
Fotoreportaż, „Byłem, widziałem” - plener fotografia uliczna			2st, 2 nst	
Korekta i konsultacje dotyczące zamiennego zadania fotograficznego – temat realizowany poza wyznaczonymi terminami zajęć.			2st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
Uzupełniająca				
1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007			
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawłości, Kraków 2000			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyfrowe nośniki obrazu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	1	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabywanie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podział obiektywów; różne typy obiektywów – rozwinięcie tematu z poprzednich zajęć. Kryteria długości ogniskowej, przysłona i jej rola – otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu, co to jest „jasność obiektywu”? Omówienie prawa Bunsena i Roscoe’go. Efekt Schwarzhilda. Zajęcia poparte ćwiczeniami.			4st, 2 nst	
Praca przy świetle sztucznym-ciągłym, oraz zasady obowiązujące podczas pracy ze światłem błyskowym. Efekty światła kierunkowego. Fotografowanie „pod światło”. Co to jest światło mieszane?			4 st, 2 nst	
Różne sposoby pomiaru światła. Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Określenie właściwego czasu naświetlania i kryteria z tym związane. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszane			4 st, 2 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle zastanym. I etap			4 st, 2 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle aranżowanym – II etap – ćwiczenia na podstawie samodzielnie wykonanych zdjęć. Przegląd i omówienie fotografii z pierwszego etapu. Rozwinięcie zagadnień dotyczących drugiej części zadania, po analizie zdjęć pierwszej części			4 st, 2 nst	
„Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna Zajęcia praktyczne poprzedzone krótkim wprowadzeniem teoretycznym, poparte wspólną analizą kilku fotografii			4 st, 2 nst	
Zajęcia praktyczne. „Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna			2 st, 2 nst	
Fotoreportaż, „Byłem, widziałem” - plener fotografia uliczna			2 st, 2 nst	
Korekta i konsultacje dotyczące zamiennego zadania fotograficznego – temat realizowany poza wyznaczonymi terminami zajęć.			2 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
Uzupełniająca				
1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007			
2	Steve Bavier, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawiłości, Kraków 2000			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Savoir vivre		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć jest przybliżenie jego uczestnikom zasad i zwyczajów obowiązujących w kontaktach zawodowych oraz towarzyskich, w tym dostarczenie wiedzy na temat zachowania się w różnych sytuacjach biznesowych/ zawodowych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi w szczególności sektora publicznego			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U03	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K02 K_K03	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Etykieta – czym jest i w jakim celu ją stosować, co zyskujemy przestrzegając zasad „kodeksu ruchu towarzyskiego”. Etykieta codzienna oraz biznesowa – rola savoir-vivre’u w życiu towarzyskim i zawodowym.			6 st, 4 nst	
Pierwszy kontakt i jego rola – siła pierwszego wrażenia w kontaktach zawodowych Wygląd zewnętrzny – kształtowanie poczucia estetyki i dobrego smaku. Kultura słowa i gestu (mowa werbalna i mowa ciała) – sztuka prowadzenia konwersacji. Spotkanie biznesowe, seminarium, konferencja. Kontakty towarzyskie wspierające biznes – przyjęcia i uroczystości Posiłek – zachowanie przy stole. Kwiaty, upominki i prezenty w kontaktach zawodowych			10 st, 6 nst	
Bilety wizytowe. Korespondencja – kultura słowa w piśmie. Savoir-vivre w sieci – netykieta Podróże i wyjazdy służbowe, w tym wizyty/delegacje zagraniczne oraz elementy międzynarodowego savoir-vivre’u			6 st, 3 nst	
Faux pas – jak wybrnąć z trudnych sytuacji. Empatia, tolerancja i asertywność jako podstawa prawidłowych relacji biznesowych			8 st, 5 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Jabłonowska L., Myśliwiec G.: Współczesna etykieta pracy, Wydawnictwo: Szkoła Główna Handlowa. Oficyna wydawnicza, Warszawa 2006			
2	Sawicka E.: Savoir-vivre. Podręcznik dobrych manier, Wydawnictwo: Park, Bielsko-Biała 2007			
Uzupełniająca				
1	Orłowski T.: Protokół dyplomatyczny. Ceremoniał i etykieta, Wydawnictwo: Polski Instytut Spraw Międzynarodowych, Warszawa 2006			
2	Kamińska-Radomska I.: Etykieta biznesu, Wydawnictwo: Studio Emka, Warszawa 2003			
3	Bortnowski A.W.: Protokół dyplomatyczny i savoir-vivre dla każdego, Wydawnictwo: P.W.P. „Gryf: S.A., Ciechanów 2003			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Kultura języka I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną i operacyjną pozwalającą na poprawne i sprawne posługiwanie się językiem; wykształcenie świadomości językowej (rozpoznawanie błędów, nazywanie, podnoszenie kompetencji językowej i komunikacyjnej poprzez korzystanie ze słowników i pozycji poradnikowych). Zdobyć wiedzy na temat prawnej sytuacji języka polskiego i działań kodyfikacyjnych Rady Języka Polskiego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W05 K_W10	
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.		
Umiejętności			
U1	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	K_U08 K_U10 K_U13 K_K07 K_K08	
U2	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	K_K03 K_K07 K_K08	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Najważniejsze pojęcia kultury języka: norma, uzus, norm / poziomy normy, innowacja a błąd, typologia błędów.			3 st, 2 nst	
Kryteria poprawności językowej (oraz ich funkcjonalność w obliczu przeobrażeń w sferze komunikacyjnej).			3 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej, interpunkcyjnej.			3 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności gramatycznej i leksykalno-frazeologicznej.			4 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności stylistycznej i komunikacyjnej			4 st, 2 nst	
Działalność Rady Języka Polskiego i poradni językowych			2 st, 2 nst	
Polityka językowa. Moda językowa			3 st, 2 nst	
Etyka językowa			3 st, 2 nst	
Grzeczność językowa a wulgaryzacja języka. Podstawy etykiety językowej, w tym netykiety			3 st, 1 nst	
Słowniki, kompendia z zakresu kultury języka. Działalność kulturalnojęzykowa			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Markowski A., Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne, Warszawa 2008.			
2	T. Karpowicz, Kultura języka polskiego : wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2009.			
Uzupełniająca				
1	Jadacka H., Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2008.			
2	Podracki J., Gałzka A., Gdzie postawić przecinek. Poradnik ze słownikiem, PWN, Warszawa 2010.			
3	Bralczyk J., Mówi się: porady językowe profesora Bralczyka, Warszawa 2001.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Kultura języka II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną i operacyjną pozwalającą na poprawne i sprawne posługiwanie się językiem; wykształcenie świadomości językowej (rozpoznawanie błędów, nazywanie, podnoszenie kompetencji językowej i komunikacyjnej poprzez korzystanie ze słowników i pozycji poradnikowych). Zdobyć wiedzy na temat prawnej sytuacji języka polskiego i działań kodyfikacyjnych Rady Języka Polskiego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W05 K_W10	
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.		
Umiejętności			
U1	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	K_U08 K_U10 K_U13 K_K07 K_K08	
U2	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	K_K03 K_K07 K_K08	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Najważniejsze pojęcia kultury języka: norma, uzus, norm / poziomy normy, innowacja a błąd, typologia błędów.			3 st, 2 nst	
Kryteria poprawności językowej (oraz ich funkcjonalność w obliczu przeobrażeń w sferze komunikacyjnej).			3 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej, interpunkcyjnej.			3 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności gramatycznej i leksykalno-frazeologicznej.			4 st, 2 nst	
Wybrane zagadnienia poprawności stylistycznej i komunikacyjnej			4 st, 2 nst	
Działalność Rady Języka Polskiego i poradni językowych			2 st, 2 nst	
Polityka językowa. Moda językowa			3 st, 2 nst	
Etyka językowa			3 st, 2 nst	
Grzeczność językowa a wulgaryzacja języka. Podstawy etykiety językowej, w tym netykiety			3 st, 1 nst	
Słowniki, kompendia z zakresu kultury języka. Działalność kulturalnojęzykowa			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Stosuje zasady etyczne oraz kody kulturalnego zachowania w praktyce zawodowej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Markowski A., Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne, Warszawa 2008.			
2	T. Karpowicz, Kultura języka polskiego : wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2009.			
Uzupełniająca				
1	Jadacka H., Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2008.			
2	Podracki J., Gałązka A., Gdzie postawić przecinek. Poradnik ze słownikiem, PWN, Warszawa 2010.			
3	Bralczyk J., Mówi się: porady językowe profesora Bralczyka, Warszawa 2001.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Mass media		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Poznanie głównych problemów teoretycznych na obszarze refleksji o Internecie i mediach społecznościowych. Wyposażenie studentów w wiedzę o Internecie, blogach, facebooku, YouTube, Second Lifie, mediach alternatywnych i globalnych. Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie mediów : telewizji, prasy, radia, Internetu, mediów alternatywnych i globalnych.	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W07, K_W08	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów masowych.		
W3	Zna podstawowe modele i mechanizmy komunikacji w mediach.		
W4	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii i psychologii Internetu.		
W5	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę na temat mediów społecznościowych oraz towarzyszących im społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na praktyczne zastosowanie.		
Umiejętności			
U1	Student wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z mediami społecznościowymi, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	K_01, K_U14, K_U15	
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu mediów społecznościowych.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie refleksji nad mediami społecznościowymi.	K_K06, K_K08	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury mediów, uczestniczy w jej życiu, rozwija postawę interaktywnego odbiorcy mediów społecznościowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			
	W	C	L/P	
Internet jako medium społecznościowe i masowe.		2 st, 2 nst		
Internet jako medium społeczeństwa informacyjnego.		2 st, 2 nst		
Socjologia mediów.		2 st, 2 nst		
Psychologia mediów.		2 st, 1 nst		
Media alternatywne i społecznie zaangażowane.		2 st, 1 nst		
Media globalne jako media społecznościowe.		2 st, 1 nst		
Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.		2 st, 1 nst		
Facebook jako medium społecznościowe.		2 st, 1 nst		
You Tube jako medium społecznościowe.		2 st, 1 nst		
Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.		2 st, 1 nst		
Rodzaje mass mediów.		2 st, 1 nst		
Tożsamość internetowa i awatarowa.		2 st, 1 nst		
Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.		2 st, 1 nst		
Społeczne wymiary hakerstwa.		2 st, 1 nst		
Kolokwium pisemne.		2 st, 1 nst		
RAZEM	0	30 st, 18 nst		0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie mediów : telewizji, prasy, radia, Internetu, mediów alternatywnych i globalnych.			
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów masowych.			
W5	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę na temat mediów społecznościowych oraz towarzyszących im społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na praktyczne zastosowanie.			
U1	Student wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z mediami społecznościowymi, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.			
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu mediów społecznościowych.			
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie refleksji nad mediami społecznościowymi.			
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury mediów, uczestniczy w jej życiu, rozwija postawę interaktywnego odbiorcy mediów społecznościowych.			
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
	Suma	100	100	
	ECTS	4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006 Nowina Konopka M., Informorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017 Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006 Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009 Wallace P., Psychologia Internetu, Poznań 2004			
Uzupełniająca				
1	Red. Drzyzga P., Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001 ; Klas T. Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Warszawa 2005			Goban-

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Media społecznościowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie głównych problemów teoretycznych na obszarze refleksji o Internecie i mediach społecznościowych. Wyposażenie studentów w wiedzę o Internecie, blogach, facebooku, YouTube, Second Lifie, mediach alternatywnych i globalnych. Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie mediów społecznościowych: Internetu, blogów, Facebooka, YouTube, Second Lifa, mediów alternatywnych i globalnych.	K_W01, K_W02, K_W03, K_W05, K_W07, K_W08	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów społecznościowych.		
W3	Zna podstawowe modele i mechanizmy komunikacji w mediach społecznościowych.		
W4	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii i psychologii Internetu.		
W5	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę na temat mediów społecznościowych oraz towarzyszących im społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na praktyczne zastosowanie.		
Umiejętności			
U1	Student wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z mediami społecznościowymi, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	K_01, K_U14, K_U15	
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu mediów społecznościowych.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie refleksji nad mediami społecznościowymi.	K_K06, K_K08	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury mediów, uczestniczy w jej życiu, rozwija postawę interaktywnego odbiorcy mediów społecznościowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Internet jako medium społecznościowe.			2 st, 2 nst	
Internet jako medium społeczeństwa informacyjnego.			2 st, 2 nst	
Socjologia Internetu.			2 st, 2 nst	
Psychologia Internetu.			2 st, 1 nst	
Media alternatywne i społecznie zaangażowane.			2 st, 1 nst	
Media globalne jako media społecznościowe.			2 st, 1 nst	
Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.			2 st, 1 nst	
Facebook jako medium społecznościowe.			2 st, 1 nst	
You Tube jako medium społecznościowe.			2 st, 1 nst	
Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.			2 st, 1 nst	
Second Life jako medium społecznościowe.			2 st, 1 nst	
Tożsamość internetowa i awatarowa.			2 st, 1 nst	
Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.			2 st, 1 nst	
Społeczne wymiary hakerstwa.			2 st, 1 nst	
Kolokwium pisemne.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie mediów społecznościowych: Internetu, blogów, Facebooka, YouTuba, Second Lifa, mediów alternatywnych i globalnych.	☑		
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów społecznościowych.	☑		
W5	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę na temat mediów społecznościowych oraz towarzyszących im społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na praktyczne zastosowanie.	☑		
U1	Student wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z mediami społecznościowymi, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	☑		
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu mediów społecznościowych.	☑		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.	☑		
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie refleksji nad mediami społecznościowymi.			
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury mediów, uczestniczy w jej życiu, rozwija postawę interaktywnego odbiorcy mediów społecznościowych.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006 Nowina Konopka M., Informorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017 Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006 Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009 Wallace P., Psychologia Internetu, Poznań 2004			
Uzupełniająca				
1	Red. Drzyzga P., Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Media a literatura współczesna I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze relacji między mediami a literaturą; - wyposażenie studentów w wiedzę o literaturze funkcjonującej w mediach współczesnych (prasie, radiu, filmie, telewizji i mediach cyfrowych); - ukazanie relacji pomiędzy mediami a literaturą w ramach współczesnych praktyk intertekstualnych, intersemiotycznych i intermedialnych; - wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu relacji literatury i mediów; - rozwijanie umiejętności wartościowania i oceny tekstów medialnych w aspekcie literackim.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>A. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu: - wiedzy o literaturze i wiedzy o mediach. B. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu: - analizy tekstów literackich w mediach; - funkcjonowania różnych form literatury w mediach masowych.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W02 K_W03 K_W08	
W2	potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze teorii mediów w odniesieniu do literatury.		
W3	Ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej zastosowanie w mediach masowych.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę na temat funkcjonowania literatury w mediach w kontekście praktyk kulturowych.	K_U02 K_U12 K_U15 K_K07 K_K09	
U2	Wykorzystuje różne kanały komunikacyjne ze specjalistami w sferze problemów literatury współczesnej i mediów		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów i literatury		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie aktualizując stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie wiedzy o literaturze współczesnej i mediach.	K_K06 K_K07 K_K09	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, potrafi je praktycznie zastosować w zakresie przedmiotu media a literatura współczesna.		
K3	Ma świadomość znaczenia związków mediów i literatury w wymiarze lokalnymi globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			
	W	C	L/P	
Wprowadzenie do podstawowych pojęć z zakresu relacji między literaturą a mediami.	1 st, 1 nst			
Sytuacja literatury wobec nowych mediów.	1 st, 1 nst			
Sytuacja mediów wobec ekspansji literatury współczesnej.	1 st, 1 nst			
Omówienie podstawowych pojęć: intertekstualność i intersemiotyczność w kontekście relacji literatury z innymi mediami.	1 st, 1 nst			
Intermedialność jako przykład relacji literatury z innymi mediami.	1 st, 1 nst			
W poszukiwaniu uniwersalnego języka literatury współczesnej i mediów	1 st, 1 nst			
Przedstawienie głównych koncepcji teoretycznych społecznego funkcjonowania literatury w mediach.	1 st, 1 nst			
Przedstawienie głównych odmian literatury w mediach: literatura audialna i elektroniczna.	1 st, 1 nst			
Omówienie strategii teoretycznych wynikających z rozwoju form literackich w mediach.	1 st, 1 nst			
Tekst w dobie reprodukcji elektronicznej i cyfrowej.	1			
Przedstawienie problemów teoretycznych z zakresu relacji literatury z mediami.	1			
Hipertekstualność jako sfera relacji literatury i mediów.	1			
Literatura współczesna i nowe media. Literatura w Internecie, literatura hipertekstowa.	1			
Narracja w grach komputerowych .	1			
Kim jest elektroniczny autor? Problem prawa autorskiego tekstów elektronicznych.	1			
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: literatura w prasie.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: audiobooki.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: słuchowisko radiowe.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: seriale telewizyjne.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: adaptacja filmowa.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: teatr telewizyj.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: cyfrowe animacje flashowe.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w grach wideo.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w filmie interaktywnym.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w nowych mediach.		1		
Dyskusja na temat oralności i piśmienności w mediach masowych.		1		
Dyskusja na temat telepiśmienności.		1		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: e-booki.		1		
Dyskusja na temat literatury i e-literatury w kulturze współczesnej.		1		
Dyskusja na temat różnych form e-teatru i e-dramatu.		1		
RAZEM	15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów zorientowaną na zastosowania praktyczne.			
W2	potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze teorii mediów w odniesieniu do literatury.			
W3	Ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej zastosowanie w mediach masowych.			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę na temat funkcjonowania literatury w mediach w kontekście praktyk kulturowych.			
U2	Wykorzystuje różne kanały komunikacyjne ze specjalistami w sferze problemów literatury współczesnej i mediów			
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów i literatury			
K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie aktualizując stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie wiedzy o literaturze współczesnej i mediach.			
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, potrafi je praktycznie zastosować w zakresie przedmiotu media a literatura współczesna.			
K3	Ma świadomość znaczenia związków mediów i literatury w wymiarze lokalnymi globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
	Suma	75	75	
	ECTS	3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1. K. Chmielecki, <i>Estetyka intermedialności</i> , Kraków 2008.				
2. <i>Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów</i> , red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008.				
3. <i>Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia</i> , red. M. Hopfinger, Warszawa 2005.				
Uzupełniająca				
1. B. Bodzioch-Bryła, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, <i>Literatura - nowe media. Homo irretitus w kulturze literackiej XX i XXI wieku</i> , Toruń 2015.				
2. <i>Sztuki w przestrzeni transmedialnej</i> , red. T. Załuski, Łódź 2010.				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Media a literatura współczesna II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze relacji między mediami a literaturą; - wyposażenie studentów w wiedzę o literaturze funkcjonującej w mediach współczesnych (prasie, radiu, filmie, telewizji i mediach cyfrowych); - ukazanie relacji pomiędzy mediami a literaturą w ramach współczesnych praktyk intertekstualnych, intersemiotycznych i intermedialnych; - wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu relacji literatury i mediów; - rozwijanie umiejętności wartościowania i oceny tekstów medialnych w aspekcie literackim.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>A. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu: - wiedzy o literaturze i wiedzy o mediach. B. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu: - analizy tekstów literackich w mediach; - funkcjonowania różnych form literatury w mediach masowych.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W02 K_W03 K_W08	
W2	potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze teorii mediów w odniesieniu do literatury.		
W3	Ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej zastosowanie w mediach masowych.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę na temat funkcjonowania literatury w mediach w kontekście praktyk kulturowych.	K_U02 K_U12 K_U15 K_K07 K_K09	
U2	Wykorzystuje różne kanały komunikacyjne ze specjalistami w sferze problemów literatury współczesnej i mediów		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów i literatury		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie aktualizując stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie wiedzy o literaturze współczesnej i mediach.	K_K06 K_K07 K_K09	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, potrafi je praktycznie zastosować w zakresie przedmiotu media a literatura współczesna.		
K3	Ma świadomość znaczenia związków mediów i literatury w wymiarze lokalnymi globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			L/P
	W	C	L/P	
Wprowadzenie do podstawowych pojęć z zakresu relacji między literaturą a mediami.	1 st, 1 nst			
Sytuacja literatury wobec nowych mediów.	1 st, 1 nst			
Sytuacja mediów wobec ekspansji literatury współczesnej.	1 st, 1 nst			
Omówienie podstawowych pojęć: intertekstualność i intersemiotyczność w kontekście relacji literatury z innymi mediami.	1 st, 1 nst			
Intermedialność jako przykład relacji literatury z innymi mediami.	1 st, 1 nst			
W poszukiwaniu uniwersalnego języka literatury współczesnej i mediów	1 st, 1 nst			
Przedstawienie głównych koncepcji teoretycznych społecznego funkcjonowania literatury w mediach.	1 st, 1 nst			
Przedstawienie głównych odmian literatury w mediach: literatura audialna i elektroniczna.	1 st, 1 nst			
Omówienie strategii teoretycznych wynikających z rozwoju form literackich w mediach.	1 st, 1 nst			
Tekst w dobie reprodukcji elektronicznej i cyfrowej.	1			
Przedstawienie problemów teoretycznych z zakresu relacji literatury z mediami.	1			
Hipertekstualność jako sfera relacji literatury i mediów.	1			
Literatura współczesna i nowe media. Literatura w Internecie, literatura hipertekstowa.	1			
Narracja w grach komputerowych .	1			
Kim jest elektroniczny autor? Problem prawa autorskiego tekstów elektronicznych.	1			
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: literatura w prasie.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: audiobooki.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: słuchowisko radiowe.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: seriale telewizyjne.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: adaptacja filmowa.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: teatr telewizji.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: cyfrowe animacje flashowe.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w grach wideo.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w filmie interaktywnym.		1 st, 1 nst		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w nowych mediach.		1		
Dyskusja na temat oralności i piśmienności w mediach masowych.		1		
Dyskusja na temat telepiśmienności.		1		
Dyskusja na temat form funkcjonowania literatury w mediach: e-booki.		1		
Dyskusja na temat literatury i e-literatury w kulturze współczesnej.		1		
Dyskusja na temat różnych form e-teatru i e-dramatu.		1		
RAZEM	15 st, 9 nst	15 st, 9 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów zorientowaną na zastosowania praktyczne.			
W2	potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze teorii mediów w odniesieniu do literatury.			
W3	Ma uporządkowaną wiedzę dotyczącą literaturoznawstwa zorientowaną na praktyczne jej zastosowanie w mediach masowych.			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę na temat funkcjonowania literatury w mediach w kontekście praktyk kulturowych.			
U2	Wykorzystuje różne kanały komunikacyjne ze specjalistami w sferze problemów literatury współczesnej i mediów			
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów i literatury			
K1	Ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie aktualizując stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie wiedzy o literaturze współczesnej i mediach.			
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, potrafi je praktycznie zastosować w zakresie przedmiotu media a literatura współczesna.			
K3	Ma świadomość znaczenia związków mediów i literatury w wymiarze lokalnymi globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
	Suma	75	75	
	ECTS	3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1. K. Chmielecki, <i>Estetyka intermedialności</i> , Kraków 2008.				
2. <i>Ekrany piśmienności. O przyjemnościach tekstu w epoce nowych mediów</i> , red. A. Gwóźdź, Warszawa 2008.				
3. <i>Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku. Antologia</i> , red. M. Hopfinger, Warszawa 2005.				
Uzupełniająca				
1. B. Bodzioch-Bryła, G. Pietruszewska-Kobiela, A. Regiewicz, <i>Literatura - nowe media. Homo irretitus w kulturze literackiej XX i XXI wieku</i> , Toruń 2015.				
2. <i>Sztuki w przestrzeni transmedialnej</i> , red. T. Załuski, Łódź 2010.				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Metody badań humanistycznych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z zagadnieniami teoretycznymi i ogólnometodologicznymi z zakresu metod i technik badawczych stosowanych w naukach humanistycznych. Ukazanie obiektywnych i subiektywnych aspektów demarkacji wiedzy naukowej i jej podstawowych paradygmatów. Poznanie podstaw metodologii.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe umiejętności korzystania z bibliotek, sporządzania opisu bibliograficznego. Przygotowanie do zajęć, studiowanie zalecanej literatury, umiejętności komunikacji interpersonalnej, kreatywna i otwarta postawa.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną wiedzę ogólną (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej.	K_W01 K_W02 K_W08	
W2	Ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami humanistycznymi.		
W3	Ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w obszarze studiowanej dyscypliny humanistycznej.		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U01 K_U02 K_U04 K_U06 K_U10 K_U15 K_K08	
U2	Student posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań badawczych związanych z mediami masowymi i nowymi mediami.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu pomocniczych dziedzin wiedzy: filozofii, historii, antropologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, archeologii, historii sztuki, logiki, ekonomii		
U4	Potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, dobrych praktyk do realizacji.		
U5	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu badawczego, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk społeczno-kulturowych, formułuje i rozwiązuje problemy teoretyczne wynikające z problematyki funkcjonowania mediów masowych i nowych mediów w społeczeństwie.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się zawodowego i osobistego.	K_K05 K_K06 K_K08 K_K11 K_K12	
K2	Ma przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania etyki zawodowej.		
K3	Jest gotowy komunikowania się z otoczeniem, w tym z osobami nie będącymi specjalistami w danej dziedzinie, przekazuje i broni swoje poglądy, wypowiada się w ważnych sprawach społecznych.		
K4	Efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania w zakresie wykorzystania wybranej metody badawczej w odniesieniu do mediów masowych i nowych mediów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			
	W	C	L /P	
Zapoznanie studentów z programem i podstawową literaturą przedmiotu.	2 st, 1 nst			
Przybliżenie podstawowych pojęć metodologicznych. Metodologia jako metanauka.	2 st, 1 nst			
Kategorie prawdy naukowej i narzędzia jej odkrywania. Doksa, intuicja, wnioskowanie dedukcyjne i indukcyjne.	2 st, 1 nst			
Problemy badawcze i kryteria ich poprawności.	2 st, 1 nst			
Wartości etyczne, poznawcze w pracy naukowo badawczej.	2 st, 1 nst			
Problem demarkacji wiedzy naukowej.	2 st, 2 nst			
Opis prowadzonych badań. Analiza i interpretacja wyników.	3 st, 2 nst			
RAZEM	15 st, 9 nst	0	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną wiedzę ogólną (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) z zakresu studiowanej dyscypliny humanistycznej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma elementarną wiedzę o powiązaniach studiowanej dyscypliny z innymi dyscyplinami humanistycznymi.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w obszarze studiowanej dyscypliny humanistycznej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Student posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań badawczych związanych z mediami masowymi i nowymi mediami.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U5	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu badawczego, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk społeczno-kulturowych, formułuje i rozwiązuje problemy teoretyczne wynikające z problematyki funkcjonowania mediów masowych i nowych mediów w społeczeństwie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się zawodowego i osobistego.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Ma przekonanie o wadze zachowania się w sposób profesjonalny, refleksji na tematy etyczne i przestrzegania etyki zawodowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K4	Efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaangażowania w zakresie wykorzystania wybranej metody badawczej w odniesieniu do mediów masowych i nowych mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
	Suma	30	30	
	ECTS	1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Aronson E., <i>Człowiek istota społeczna</i> , Warszawa 2005.			
2	Babbie E., <i>Podstawy badań społecznych</i> , Warszawa 2013.			
3	Babbie E., <i>Badania społeczne w praktyce</i> , Warszawa 2019.			
4	Nowak S., <i>Metodologia badań społecznych</i> , Warszawa 2012.			
5	Sztumski J., <i>Wstęp do metod i techniki badań społecznych</i> , Katowice 2005.			
Uzupelniająca				
1	Barta J., Markiewicz R., <i>Prawo autorskie i prawa pokrewne</i> , Warszawa 2008.			
2	Sztompka P., <i>Socjologia. Analiza społeczeństwa</i> , Kraków 2006.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Metody badań medjoznawczych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze metodologii badań medjoznawczych. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu metodologii badań medjoznawczych na przykładzie poszczególnych strategii badawczych: próbkowania, badań jakościowych, ilościowych, analizy treści, badań sondażowych i doświadczałych. Ukazanie relacji pomiędzy metodologią badań medjoznawczych a innymi naukami społecznymi. Zapoznanie z podstawowymi metodami statystycznymi w badaniach medjoznawczych.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Ogólna wiedza na temat mediów.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W03 K_W05
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U06 K_U11 K_K08 K_K09
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
Kompetencje społeczne			
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		K_K08 K_K09 K_K11
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podstawowe pojęcia w zakresie metodologii badań medioznawczych. Różnica między potocznym a naukowym obrazem świata		3 st, 2 nst		
Prezentacja głównych strategii badań jakościowych i ilościowych (analiza treści), a także sondażowych i doświadczalnych.		4 st, 3 nst		
Prezentacja głównych zastosowań badań medioznawczych w mediach drukowanych i elektronicznych.		4 st, 2 nst		
Przegląd najnowszych badań agencji medioznawczych dot. Radia, TV, Internetu, prasy i reklamy outdoorowej		2 st, 1 nst		
Nauka tworzenia kwestionariusza ankiety		2 st, 1 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.			
2	M. Sokołowski, Obrazy i wizerunki : studia nad kulturą audiowizualną, Toruń 2020.			
Uzupelniajaca				
1	Taylor L., Willis A., Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2006.			
2	A. Gwóźdź, Medioznawstwo - dyskus czy pradygmat badań kulturoznawczych, Kultura Współczesna 2007, 1 (51), s. 80-92.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Krytyka artystyczna		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Wykształcenie krytycznej interpretacji różnych tekstów kultury.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu metodologii badań humanistycznych, wiedzy o literaturze, wiedzy o kulturze, wiedzy o sztuce.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		K_W01 K_W08 K_W10 K_W16
W2	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.		
Umiejętności			
U1	Interpretuje, analizuje i ocenia różnorodne teksty kultury.		K_U01 K_U11 K_U14 K_U15 K_K07 K_K08
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Rozpoznaje i dokumentuje zjawiska kulturowe w świetle różnych kierunków badawczych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.		K_K04 K_K07 K_K08
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rola i zadania krytyki artystycznej.			2 st, 1 nst	
Dzieło kultury a dzieło sztuki.			2 st, 1 nst	
Metody krytycznej interpretacji tekstów kultury.			3 st, 2 nst	
Analiza malarskiego dzieła sztuki.			2 st, 1 nst	
Analiza filmu.			2 st, 1 nst	
Analiza spektaklu teatralnego.			2 st, 1 nst	
Analiza utworu literackiego.			2 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	20%	70%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Interpretuje, analizuje i ocenia różnorodne teksty kultury.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Rozpoznaje i dokumentuje zjawiska kulturowe w świetle różnych kierunków badawczych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A. D'Allea, <i>Jak studiować historię sztuki</i> , przeł. J. Jedliński, E. Jedlińska, Kraków 2013.			
2	P. de Rynck, <i>Jak czytać malarstwo. Rozwiązywanie zagadek, rozumienie i smakowanie dzieł dawnych mistrzów</i> , przeł. P. Nowakowski, Kraków 2005.			
Uzupełniająca				
1	J. Aumont, M. Marie, <i>Analiza filmu</i> , przeł. M. Zawadzka, Warszawa 2011.			
2	C. Barker, <i>Studia kulturowe. Teoria i praktyka</i> , przeł. A. Sadza, Kraków 2005.			
3	D. Freedberger, <i>Potęga wizerunków. Studia z historii i teorii oddziaływania</i> , przeł. E. Klekot, Kraków 2005.			
4	A. Ubersfeld, <i>Czytanie teatru I</i> , przeł. J. Żurowska, Warszawa 2002.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Analiza tekstów kultury		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z metodami analizy tekstów kultury. Wykształcenie krytycznej interpretacji różnych tekstów kultury.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu metodologii badań humanistycznych, wiedzy o literaturze, wiedzy o kulturze, wiedzy o sztuce.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		K_W01 K_W08 K_W10 K_W16
W2	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.		
Umiejętności			
U1	Interpretuje, analizuje i ocenia różnorodne teksty kultury.		K_U01 K_U11 K_U14 K_U15 K_K07 K_K08
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Rozpoznaje i dokumentuje zjawiska kulturowe w świetle różnych kierunków badawczych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.		K_K04 K_K07 K_K08
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Pojęcie tekstu kultury.			2 st, 1 nst	
Tworzywo tekstu kultury a specyfika jego analizy.			2 st, 1 nst	
Metody analizy tekstów kultury.			3 st, 2 nst	
Analiza malarskiego dzieła sztuki.			2 st, 1 nst	
Analiza filmu.			2 st, 1 nst	
Analiza spektaklu teatralnego.			2 st, 1 nst	
Analiza utworu literackiego.			2 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	20%	70%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę o przedmiocie kultury zorientowaną na praktyczne wykorzystanie w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Interpretuje, analizuje i ocenia różnorodne teksty kultury.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Rozpoznaje i dokumentuje zjawiska kulturowe w świetle różnych kierunków badawczych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	J. Aumont, M. Marie, <i>Analiza filmu</i> , przeł. M. Zawadzka, Warszawa 2011.			
2	D. Freedberger, <i>Potęga wizerunków. Studia z historii i teorii oddziaływania</i> , przeł. E. Klekot, Kraków 2005.			
Uzupełniająca				
1	C. Barker, <i>Studia kulturowe. Teoria i praktyka</i> , przeł. A. Sadza, Kraków 2005.			
2	C. Geertz, <i>Interpretacja kultur. Wybrane eseje</i> , przeł. M.M. Piechaczek, Kraków 2005.			
3	A. Ubersfeld, <i>Czytanie teatru I</i> , przeł. J. Żurowska, Warszawa 2002.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do projektowania graficznego		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	1	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L / P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Illustrator). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			8 st, 6 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Illustrator) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			8 st, 6 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Illustrator) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			8 st, 4 st	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw/Adobe Illustrator) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			6 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Nośniki i technologie cyfrowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	1	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką, Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Illustrator). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			8 st, 6 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Illustrator) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			8 st, 6 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Illustrator) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			8 st, 4 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw/Adobe Illustrator) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			6 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk artystycznych, estetycznych, filozoficznych, historycznych, językowych oraz nauk społecznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	Biedermann H., „Leksykon symboli”, Muza, Warszawa, 2001			
3	Julius Wiedemann, „Illustration Now!”, Taschen, 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Arcydziała kinematografii polskiej i światowej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	
Razem	25	Razem	
ECTS	1	ECTS	

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł filmowych i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi dziełami kintematografii polskiej i światowej o szczególnym znaczeniu w kulturze. Wykształcenie umiejętności analizowania oraz interpretowania filmu jako tekstu kultury.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawowe wiadomości z zakresu języka filmu oraz analizy i interpretacji tekstów kultury.

EFEKTY KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
W2	Zna i rozumie powiązanie studiowanego kierunku z: naukami o kulturze i religii, językoznawstwem, sztuką, naukami socjologicznymi, naukami o zarządzaniu i jakości, zorientowane na zastosowania praktyczne.	K_W09
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12
Umiejętności		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_U11
U3	Potrafi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medioznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.	K_U16
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła filmowego.	2		
Kino nieme i niemiecki ekspresjonizm: <i>Nosferatu - symfonia grozy</i> , reż. Wilhelm Murnau, 1922.	2		
Kino autorskie: <i>Obywatel Kane</i> , reż. Orson Welles, 1941.	2		
Kino metafizyczne: <i>Dziewiąta pieczęć</i> , reż. Ingmar Bergman, 1957.	2		
Francuska Nowa Fala: <i>Do utraty tchu</i> , reż. Jean-Luc Godard, 1960.	2		
Włoski neorealizm: <i>Mamma Roma</i> , reż. Pier Paolo Pasolini, 1962.	2		
Kino gatunków: <i>Dziecko Rosemary</i> , reż. Roman Polański, 1968.	3		
Kino nowej wrażliwości: <i>Wszystko o mojej matce</i> , reż. Pedro Almodóvar, 1999.			
Polska szkoła filmowa: <i>Kanal</i> , reż. Andrzej Wajda, 1956.			
Polska Nowa Fala: <i>Diabeł</i> , reż. Andrzej Żuławski, 1972.			
Kino moralnego niepokoju: <i>Coś za coś</i> , reż. Agnieszka Holland, 1977.			
Kino wartości: <i>Dekalog VI</i> , reż. Krzysztof Kieślowski, 1988.			
Polskie kino gatunków: <i>Psy</i> , reż. Władysław Pasikowski, 1992.			
Kino rozrachunkowe: <i>Ida</i> , reż. Paweł Pawlikowski, 2013.			
Kolokwium pisemne.			
RAZEM	15	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, filmy lub ich fragmenty omawiane podczas zajęć, podręczniki akademickie wskazane w litreturze podstawowej oraz uzupełniającej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Kolokwium pisemne.

LITERATURA

Podstawowa

- | | |
|---|--|
| 1 | <i>Encyklopedia kina</i> , red. T. Lubelski, współpr. A. Garbicz, Kraków 2003. |
| 2 | A. Gwóźdź, <i>Obrazy i rzeczy. Film między mediami</i> , Kraków 2003. |
| 3 | J. Płażewski, <i>Historia filmu 1895-2005</i> , Warszawa 2007. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|--|
| 1 | D.B. Sova, <i>125 zakazanych filmów. Historia cenzury w kinie</i> , przeł. M. Hen, Warszawa 2006. |
| 2 | M. Lisowska-Magdżiarz, <i>Znaki na uwieczni. Od semiologii do semiotyki mediów</i> , Kraków 2019. |
| 3 | P. Witek, <i>Kultura, film, historia. Metodologiczne problemy doświadczenia audiowizualnego</i> , Lublin 2005. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Prawo prasowe i autorskie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie z podstawowymi pojęciami i językiem prawnym i prawniczym dotyczącym prawa prasowego i autorskiego. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu prawa prasowego i autorskiego na przykładzie ustawy o prawie prasowym, ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o radiofonii i telewizji. Ukazanie relacji między regulacjami prawnymi dotyczącymi praw i obowiązków dziennikarzy i twórców, zasad etyki zawodowej, prawa do informacji, prawa do autoryzacji, ochrony tajemnicy zawodowej dziennikarzy a odpowiedzialnością prawną z tytułu ich naruszeń. Rozwijanie kompetencji w zakresie regulacji prawa prasowego i autorskiego, umiejętności posługiwania się specyficznym językiem prawniczym oraz samodzielnego prawnego kwalifikowania poszczególnych kwestii i dokonywania wykładni prawnej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak wymagań wstępnych.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze prawa prasowego i autorskiego.	K_W17 K_W18 K_W20	
W2	Rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej, w szczególności prawa autorskiego i prasowego.		
W3	Klasyfikuje, identyfikuje i różnicuje regulacje prawne dotyczące praw i obowiązków dziennikarzy i twórców, zasad etyki zawodowej, prawa do informacji, prawa do autoryzacji, ochrony tajemnicy zawodowej dziennikarzy		
Umiejętności			
U1	Student posiada podstawowe umiejętności wskazania źródeł prawa autorskiego i prasowego	K_U07 K_U11 K_U14 K_K07 K_K08	
U2	Wykazuje podstawowe umiejętności interpretacji paragrafów prawa autorskiego i prasowego.		
U3	Formułuje w mowie i na piśmie poglądy i kształtuje swój własny światopogląd na temat prawa prasowego i autorskiego.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę jej poszerzania w zakresie prawa prasowego i autorskiego.	K_K06 K_K07 K_K08 K_K12	
K2	Rozpoznaje i rozumie kompetencje w zakresie etycznego wymiaru prawa prasowego i autorskiego, umiejętności posługiwania się specyficznym językiem prawniczym oraz samodzielnego prawnego kwalifikowania poszczególnych kwestii.		
K3	Efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania w zakresie praw i obowiązków dziennikarzy oraz organizacji działalności prasowej.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Wprowadzenie podstawowych pojęć w zakresie prawa prasowego i autorskiego.		2 st, 1 nst		
Prezentacja poszczególnych rozdziałów ustawy o prawie prasowym i ustawy o radiofonii i telewizji.		2 st, 1 nst		
Prezentacja poszczególnych rozdziałów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.		2 st, 1 nst		
Omówienie metod analizy i komentarzy do ustawy o prawie prasowym, ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, ustawy o radiofonii i telewizji.		2 st, 1 nst		
Prezentacja głównych zasad regulacji prawej do przedruku i dozwolonego cytatu		2 st, 1 nst		
Prezentacja głównych zasad regulacji prawej w zakresie prawa reklamy, prawa komputerowego i internetowego.		2 st, 1 nst		
Omówienie zasad odpowiedzialności prawnej z tytułu przestępstw prasowych i naruszenia praw autorskich.		2 st, 2 nst		
Omówienie głównych zastosowań w zakresie prawnych regulacji prawa prasowego i autorskiego.		1 st, 1 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student potrafi zastosować w szerokim kontekście teoretycznym podstawowe pojęcia i terminologię używaną na obszarze prawa prasowego i autorskiego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej, w szczególności prawa autorskiego i prasowego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W3	Klasyfikuje, identyfikuje i różnicuje regulacje prawne dotyczące praw i obowiązków dziennikarzy i twórców, zasad etyki zawodowej, prawa do informacji, prawa do	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Student posiada podstawowe umiejętności wskazania źródeł prawa autorskiego i prasowego	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Wykazuje podstawowe umiejętności interpretacji paragrafów prawa autorskiego i prasowego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Formuluje w mowie i na piśmie poglądy i kształtuje swój własny światopogląd na temat prawa prasowego i autorskiego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzebę jej poszerzania w zakresie prawa prasowego i autorskiego.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	Rozpoznaje i rozumie kompetencje w zakresie etycznego wymiaru prawa prasowego i autorskiego, umiejętności posługiwania się specyficznym językiem prawniczym oraz	<input checked="" type="checkbox"/>		
K3	Efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania w zakresie praw i obowiązków dziennikarzy oraz organizacji działalności prasowej.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1. Barta J., Markiewicz R., Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – Komentarze LEX, Warszawa 2011. 2. Barta J., Markiewicz R., Prawo autorskie i prawa pokrewne, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – LEX, Warszawa 2008. 3. Barta J., Markiewicz R., Matlak A., Prawo mediów, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – LEX, Warszawa 2005. 4. Sobczak J., Prawo prasowe. Komentarz, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – Komentarze LEX, Warszawa 2008. 5. Sobczak J., Radiofonia i telewizja. Komentarz do ustawy, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – Komentarze LEX, Warszawa 2001.				
Uzupełniająca				
1. Nowińska E., Wolność wypowiedzi prasowej, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – Monografie, Warszawa 2007. 2. Taczowska J., Autoryzacja wypowiedzi, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska – OFICYNA, Warszawa 2007.				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Researching i copywriting		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu i reklamy w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Znajomość podstaw marketingu			
B. Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Teoria reklamy, rodzaje reklam, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych			2 st, 1 nst	
Rozpoczęcie pracy jako copywriter .Więcej niż tylko słowa. Techniki i style copywritingu Pisanie o funkcjach i korzyściach. Dokument copywriting. Sprawdzanie pracy.			6 st, 4 nst	
Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych.Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.			6 st, 3 nst	
Pisanie przekonujących reklam.Zakładanie działalności copywriting.Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec.			10 st, 6 nst	
Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów.			6 st, 4 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	„Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy” Joanna Wrycza-Bekier, Wydawnictwo One Press			
2	Jaworowicz, Magdalena Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Wydano: Warszawa : Difin , 2015			
Uzupełniająca				
1	Dutko, Maciej. Copywriting internetowy, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2010			
2	Mazur, Jolanta Red. Decyzje marketingowe w przedsiębiorstwie, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo "Difin" , 2002			
3	Czubała, Anna (1943-). Marketing usług, Wydano: Kraków : Wolters Kluwer Polska , 2006			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama i marketing		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu i reklamy w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Znajomość podstaw marketingu			
B. Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘDŁA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Teoria reklamy, rodzaje reklam, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych			2 st, 1 nst	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne			10 st, 6 nst	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce.			6 st, 3 nst	
Tworzenie reklamy na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.			6 st, 4 nst	
System informacji marketingowych i reklamowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej i reklamowej . Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa			6 st, 4 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Garbarski, Lechosław. Marketing Wydano: Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Ekonomi , 1996			
2	Przybyłowski K.: Marketing. Wyd. ABC. Warszawa 1998			
Uzupełniająca				
1	Mazurek-Lopacińska, Krystyna (1951-). Red. Badania marketingowe Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 2008			
2	Garbarski, Lechosław. Marketing Wydano: Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Ekonomi , 1996			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Retoryka i erystyka		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z podstawami retoryki i erystyki, ze szczególnym uwzględnieniem ich funkcji w dyskursie publicznym.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Ogólna wiedza na temat mediów oraz sprawność językowa.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W03 K_W05
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U11 K_U14 K_K08 K_K09
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
Kompetencje społeczne			
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		K_K08 K_K09 K_K11
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki. Historia retoryki			3 st, 2 nst	
Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)			2 st, 1 nst	
Toposy i argumenty - typologia			2 st, 1 nst	
Perswazja a manipulacja			2 st, 1 nst	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień			4 st, 3 nst	
Przekaz dziennikarski jako przekaz retoryczny			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Nauczanie retoryki w teorii i praktyce, red. J.Z. Lichański, E. Lewandowska-Tarasiuk, Warszawa 2003.			
2	S. Fish, Interpretacja, retoryka, polityka : eseje wybrane, red. A. Szahaj, Kraków 2002.			
Uzupełniająca				
1	Arystoteles, Retoryka, Warszawa 1988.			
2	A. Budzyńska-Daca, Debata jako gatunek retoryczny, Poradnik Językowy 2013, 6 (705), s. [19]-34.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Perswazja w dyskursie medialnym		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z podstawami wiedzy w zakresie perswazji w dyskursie medialnym ze szczególnym uwzględnieniem reklamy, telewizji, polityki			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Ogólna wiedza na temat mediów oraz sprawność językowa.			
EFEKTY UCZENIA SIĘDŁA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W03 K_W05
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U11 K_U14 K_K08 K_K09
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
Kompetencje społeczne			
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		K_K08 K_K09 K_K11
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie. Wprowadzenie terminów: retoryka, filozofia, erystyka, perswazja, socjotechnika.			2 st, 1 nst	
Społeczno-kulturowy kontekst podejmowania decyzji. Konformizm, nacisk grupy, myślenie grupowe.			2 st, 1 nst	
Perswazja przekonująca, nakłaniająca, propaganda. Perswazja i manipulacja w dyskursie medialnym – polityka, publicystyka.			3 st, 2 nst	
Perswazja i manipulacja w dyskursie medialnym – reklama i public relations, wizja świata w programach TV, kreacja rzeczywistości w mediach społecznościowych			4 st, 3 nst	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień, debat.			4 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Tyszka, T., Psychologiczne pułapki oceniania i podejmowania decyzji, Gdańsk 2000.			
2	J. Sławek, Czytelnik uwolniony? Perswazja we współczesnej informacji prasowej, Poznań 2007.			
Uzupełniająca				
1	Rusinek M. Retoryka podręczna, czyli jak wnikliwie słuchać i przekonująco mówić. Kraków 2005			
2	Schopenhauer A., Erystyka. Sztuka prowadzenia sporów, Warszawa 2007.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Autoprezentacja		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Głównym celem zajęć jest wyposażenie studentów w umiejętności niezbędne do odpowiedniego przygotowania wystąpienia publicznego, jego realizacji i odpowiedniej ewaluacji.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
• autoprezentacja wymogiem współczesności; • skuteczna autoprezentacja • rodzaje wystąpień publicznych • cele i warunki wystąpień • etapy przygotowania wystąpień publicznych • wizualizacja wystąpień			10 st, 6 nst	
• sztuka tworzenia poprawnych prezentacji multimedialnych; • właściwe notatki podstawą odpowiedniego przygotowania wystąpienia publicznego • komunikacja społeczna (werbalna i niewerbalna komunikacja) • sposoby radzenia sobie ze stresem			10 st, 6 nst	
• prawidłowa dykcja warunkiem skutecznego komunikowania się • prezentacja wystąpień uczestników zajęć;			5 st, 3 nst	
• ewaluacja wystąpień • najczęściej popełniane błędy w wystąpieniach publicznych			5 st, 3 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Prezentacja profesjonalna: teoria i praktyka, red. L. Jabłonowska, P. Wachowiak, S. Winch, Warszawa 2008.			
2	West, Edie. Przelamywanie pierwszych lodów, integracja i aktywizacja grupy: materiały szkoleniowe 201 ćwiczeń i gier Wydano: Kraków : ABC a Wolters Kluwer business , 2007			
Uzupełniająca				
1	Batko Andrzej Perswazja- sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji, Gliwice 2011			
2	Stewart, John Robert (1941-). Red. Mosty zamiast murów, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2002			
3	M. Mckay, M. Davis, P. Fanning, Sztuka skutecznego porozumiewania się, GWP, Gdańsk 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Kreacja wizerunku		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć jest zdobycie wiedzy na temat mechanizmów kreowania wizerunku oraz kształcenie podstawowych umiejętności analizy i tworzenia wizerunku miasta /firmy/ marki oraz postaci.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U03	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K02 K_K03	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
1. Tożsamość a wizerunek (miasta/ firmy / marki). 2. Rola strategii tożsamości w kształtowaniu wizerunku. 3. Pożądany wizerunek jako cel strategii tożsamości miasta/ firmy / marki. 4. Rola systemu identyfikacji wizualnej w kształtowaniu wizerunku. 5. Komunikacja jako instrument kształtowania wizerunku.			5 st, 3 nst	
6. Działania marketingowe i PR w kształtowaniu wizerunku miasta / firmy / marki. 7. Wizerunek a sytuacja kryzysowa. 8. Bariery w kształtowaniu wizerunku, zmiany wizerunku. 9. Niekonwencjonalne sposoby kreowania wizerunku (ambient, outdoor, indoor).			5 st, 3 nst	
10. Studium przypadku: promocja Głogowa, przykłady filmów promujących miasta. 11. Wizerunek postaci a wizerunek miasta / firmy / marki.			5 st, 3 nst	
12. Wizerunek przywódcy, pierwsze wrażenie; niewerbalne elementy interakcji; podstawy mowy ciała,; zachowania postulano – gestowe. 13. Nawiązywanie relacji z innymi: haptyka, proksemika w kontaktach z innymi ludźmi. 14. Stereotypy jako przykład blokady w tworzeniu wizerunku.			5 st, 3 nst	
15. Studium przypadku: wizerunek wybranej osoby publicznej w mediach, literaturze. 16. Kreowanie wizerunku kobiet i mężczyzn poprzez język. 17. Przemówienia (blogi) jako przykład tworzenia własnego wizerunku. 18. Kreowanie negatywnego wizerunku (tzw. czarny PR).			10 st, 6 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Budzyński W., Public relations: zarządzanie reputacją firmy, Warszawa 1999. Budzyński W., Zarządzanie wizerunkiem firmy, Warszawa 2002			
2	MOSTY ZAMIĄST MURÓW Podręcznik komunikacji interpersonalnej, pod red. J. Stewarda, Warszawa 2002			
Uzupełniająca				
1	S. Chełba, T. Witkowski, Psychologia konfliktów, Biblioteka moderatora, 1995 rok			
2	S.P. Morreale, B.H. Spitzberg, J.K. Barge, komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2007			
3	M. Tokarz, Argumentacja, Perswazja. Manipulacja, Wykłady z teorii komunikacji. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2006			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Sztuka nowych mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze sztuki nowych mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę o sztuce interaktywnej, sztuce Internetu (Net Art), sztuce hybrydycznej i animacjach komputerowych. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu sztuki nowych mediów. Rozwijanie umiejętności oceny i krytyki sztuki nowych mediów.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>A. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o sztuce. B. Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu: wiedzy o sztuce.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie sztuki nowych mediów.	K_W01 K_W02 K_W08	
W2	Opisuje wybrane koncepcje sztuki nowych mediów z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		
W3	Dysponuje wiedzą w zakresie kultury współczesnej (w tym popularnej i masowej) i jej przeobrażeń pod wpływem mediów, z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane ze sztuką nowych mediów, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U15 K_K09	
U2	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze sztuką nowych mediów		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu sztuki nowych mediów podczas dyskusji na zajęciach na podstawie wskazanych tekstów źródłowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności z zakresu sztuki nowych mediów.	K_K06 K_K09	
K2	Ma świadomość znaczenia sztuki nowych mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Estetyka sztuki nowych mediów.			2 st, 1 nst	
Dyskursy sztuki nowych mediów.			2 st, 1 nst	
Sztuka interaktywna.			2 st, 1 nst	
Sztuka cyfrowej komunikacji i cyfrowych społeczności.			2 st, 1 nst	
Sztuka hybrydyczna i bioart.			2 st, 1 nst	
Sztuka immersyjna.			2 st, 1 nst	
Net Art i Software Art.			2 st, 2 nst	
Instytucje sztuki nowych mediów.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie sztuki nowych mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Opisuje wybrane koncepcje sztuki nowych mediów z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W3	Dysponuje wiedzą w zakresie kultury współczesnej (w tym popularnej i masowej) i jej przeobrażeń pod wpływem mediów, z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane ze sztuką nowych mediów, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U2	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze sztuką nowych mediów	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu sztuki nowych mediów podczas dyskusji na zajęciach na podstawie wskazanych tekstów źródłowych.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności z zakresu sztuki nowych mediów.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Ma świadomość znaczenia sztuki nowych mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. R.W. Kluszczyński, <i>Społeczeństwo informacyjne. Cyberkultura. Sztuka multimedialna</i> , Kraków 2001. 2. R.W. Kluszczyński, <i>Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu</i> , Warszawa 2010.			
Uzupełniająca				
1	1. O. Hansen, <i>Forma zamknięta czy forma otwarta? Struktury wizualne o wizualnej semantyce</i> , red. J. Gola et al., Warszawa 2005. 2. A. Hauser, <i>Filozofia historii sztuki</i> , przeł. D. Danek, J. Kamionkova, Warszawa 1970. 3. <i>Sztuki wizualne jako nośniki ideologii</i> , red. M. Lisiecki, Toruń 2009.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Obraz w mediach		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze refleksji na temat obrazu w mediach. Wyposażenie studentów w wiedzę o poszczególnych obrazach medialnych: obraz filmowy, obraz telewizyjny, obraz w nowych mediach. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu problematyki obrazu w mediach.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę, umiejętności i kompetencje z zakresu: wiedzy o mediach oraz wiedzy o sztuce.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie refleksji nad temat obrazu w mediach.	K_W01 K_W02 K_W08	
W2	Dysponuje wiedzą w zakresie kultury współczesnej (w tym popularnej i masowej) i jej przeobrażeń pod wpływem mediów, z kierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie.		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze refleksją na temat obrazu w mediach.	K_U01 K_U02 K_U15 K_K07	
U2	Wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane ze refleksją na temat obrazu w mediach, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu refleksji na temat obrazu w mediach podczas dyskusji na zajęciach na podstawie wskazanych tekstów źródłowych		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności z zakresu refleksji na temat obrazu w mediach.	K_K06 K_K07	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz kompetencji społecznych w zakresie refleksji nad obrazem w mediach, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Refleksja o mediach w badaniach nad kulturą wizualną.			2 st, 1 nst	
Obrazy medialne w perspektywie antropologicznej.			2 st, 1 nst	
Obraz analogowy i cyfrowy w mediach.			2 st, 1 nst	
Filmy Petera Greenawaya jako przykład obrazów w medium filmowym.			2 st, 1 nst	
Wideoklip jako obrazowy komunikat medialny			2 st, 1 nst	
Jean Baudrillard i fotografia cyfrowa.			2 st, 1 nst	
Interaktywne i immersyjne obrazy w T_Visionarium.			2 st, 2 nst	
Zaliczenie na ocenę.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 30 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie refleksji nad temat obrazu w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Dysponuje wiedzą w zakresie kultury współczesnej (w tym popularnej i masowej) i jej przeobrażeń pod wpływem mediów, z kierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze refleksją na temat obrazu w mediach.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U2	Wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane ze refleksją na temat obrazu w mediach, wykorzystując różnorodne techniki ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu refleksji na temat obrazu w mediach podczas dyskusji na zajęciach na podstawie wskazanych tekstów źródłowych	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności z zakresu refleksji na temat obrazu w mediach.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Ma świadomość swojej wiedzy i umiejętności oraz kompetencji społecznych w zakresie refleksji nad obrazem w mediach, potrafi je zastosować dla osiągnięcia założonych celów.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. H. Belting, <i>Antropologia obrazu. Szkice do nauki o obrazie</i> , przeł. M. Bryl, Kraków 2007. 2. K. Chmielecki, <i>Estetyka intermedialności</i> , Kraków 2008. 3. <i>Komunikacja wizualna w prasie i mediach elektronicznych</i> , red. K. Wolny-Zmorzyński et al., Warszawa 2013.			
Uzupełniająca				
1	1. B. von Brauchitsch, <i>Mala historia fotografii</i> , przeł. J. Koźbial, B.Tarnas, Warszawa 2004. U. Czartoryska, <i>Fotografia-mowa ludzka. Perspektywy historyczne</i> , red. L. Brogowski, Gdańsk 2006. <i>przestrzeni transmedialnej</i> , red. T. Załuski, Łódź 2010.			2. 3. <i>Sztuki w</i>

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Teoria mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze teorii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę o filozofii, estetyce, socjologii, psychologii i antropologii mediów. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu teorii mediów.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie teorii mediów.	K_W01 K_W02 K_W03 K_W05 K_W08 K_W14	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów.		
W3	Zna podstawowe modele i mechanizmy komunikacji w mediach.		
W4	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych (politologia, socjologia).		
W5	Ma podstawową wiedzę o instytucjach związanych z mediami w Polsce i Europie.		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z teorią mediów.	K_U02 K_U14 K_U15	
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie teorii mediów.	K_K06 K_K10	
K2	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Definicje i podział mediów.		1 st, 1 nst		
Marksistowska teoria mediów i szkoła frankfurcka.		1 st, 1 nst		
Marshall McLuhan: determinizm technologiczny miękki.		1 st, 1 nst		
Derrick de Kerckhove: determinizm technologiczny twardy.		1 st, 1 nst		
Studia kulturowe – Stuart Hall.		1 st, 1 nst		
Wilém Flusser: gest wideo, obrazy techniczne i społeczeństwo telematyczne.		1 st, 1 nst		
Jean Baudrillard: agonía realności.		1 st, 1 nst		
Paul Virilio: estetyka prędkości i maszyna widzenia.		1 st, 1 nst		
Lev Manovich: język nowych mediów.		1		
Filozofia mediów.		1		
Estetyka mediów.		1		
Socjologia mediów.		1		
Psychologia mediów.		1		
Antropologia mediów.		1		
Kolokwium pisemne.		1 st, 1 nst		
RAZEM		15 st, 9 nst	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie teorii mediów.			
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów.			
W5	Ma podstawową wiedzę o instytucjach związanych z mediami w Polsce i Europie.			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z teorią mediów.			
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu teorii mediów.			
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie teorii mediów.			
K2	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. T. Goban-Klas, <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa 2005. 2. D. Mersch, <i>Teorie mediów</i> , przeł. E. Krauss, Warszawa 2010. 3. W.J. Ong, <i>Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii</i> , przeł. J. Japola, Warszawa 2011.			
Uzupelniajaca				
1	1. J. Dąbala, <i>Media i dziennikarstwo. Aksjologia, warsztat, tożsamość</i> , Kraków 2014. 2. <i>(Kon)teksty kultury medialnej. Analizy i interpretacje</i> , t. 1-2, red. M. Sokołowski, Olsztyn 2007. 3. T. Goban-Klas, <i>Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja</i> , Warszawa 2005. 4. D. McQuail, <i>Teoria komunikowania masowego</i> , przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, red. T. Goban-Klas, Warszawa 2008.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Historia mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych na obszarze historii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę o rozwoju prasy, radia, telewizji i Internetu w procesie historycznym. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu historii mediów.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma podstawową wiedzę o powstaniu i ewolucji mediów w Polsce i na świecie w wymiarze historycznym.		K_W01 K_W04 K_W05 K_W07 K_W14
W2	Zna podstawowe modele i mechanizmy komunikacji w mediach.		
W3	Ma uporządkowaną i podstawową wiedzę na temat wybranych dziedzin mediów: Internet, prasa, telewizja, radio oraz towarzyszącym im historycznych i społecznych dyskursów z ukierunkowaniem na jej praktyczną zastosowanie.		
W4	Ma podstawową wiedzę o instytucjach związanych z mediami w Polsce i Europie		
Umiejętności			
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z historią mediów.		K_U02 K_U14 K_U15
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu historii mediów.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie historii mediów.		K_K06 K_K11
K2	Okazuje zrozumienie dla wartości i postaw ludzi żyjących w różnych okresach historycznych i różnych kontekstach kulturowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Początki mediów. Rewolucja Gutenberga.		1 st, 1 nst		
Druk i jego konteksty historyczne.		1 st, 1 nst		
Media i sfera publiczna we wczesnonowożytnej Europie.		1 st, 1 nst		
Prasa w rozwoju historycznym.		1 st, 1 nst		
Pras periodyczna w XVII i XVIII wieku.		1 st, 1 nst		
Prasa codzienna w USA i Europie w XIX i na początku XX wieku.		1 st, 1 nst		
Technologie i rewolucje medialne.		1 st, 1 nst		
Nowe procesy, nowe wzorce. Od telegrafu do medium filmowego.		1 st, 1 nst		
Powstanie i rozwój radia.		1		
Od aparatu fotograficznego do filmu.		1		
Informacja, edukacja, rozrywka. Powstanie i rozwój telewizji.		1		
Telewizja satelitarna, czyli rewolucja w komunikowaniu globalnym.		1		
Konwergencja mediów.		1		
Nowe media w cyberprzestrzeni i poza nią.		1		
Kolokwium pisemne.		1 st, 1 nst		
RAZEM		6	0	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma podstawową wiedzę o powstaniu i ewolucji mediów w Polsce i na świecie w wymiarze historycznym.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Zna podstawowe modele i mechanizmy komunikacji w mediach.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W4	Ma podstawową wiedzę o instytucjach związanych z mediami w Polsce i Europie	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	Student samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z historią mediów.	<input type="checkbox"/>		
U2	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu historii mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim, które dotyczą realizowanych w programie zajęć tekstów źródłowych i referatów.	<input type="checkbox"/>		
K1	Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, samodzielnie uaktualnia stan swojej wiedzy, kompetencji i umiejętności w zakresie historii mediów.	<input type="checkbox"/>		
K2	Okazuje zrozumienie dla wartości i postaw ludzi żyjących w różnych okresach historycznych i różnych kontekstach kulturowych.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. J. Dąbala, <i>Media i dziennikarstwo. Aksjologia, warsztat, tożsamość</i> , Kraków 2014. 2. T. Goban-Klas, <i>Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimediów</i> , Kraków 2001. 3. W.J. Ong, <i>Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii</i> , przeł. J. Japola, Warszawa 2011.			
Uzupełniająca				
1	1. T. Goban-Klas, <i>Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja</i> , Warszawa 2005. 2. T. Goban-Klas, <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa 2005. 3. <i>Media i dziennikarstwo w XX wieku. Studia i szkice</i> , red. M. Kaczmarczyk, M. Boczkowska, Sosnowiec 2015.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekt medialny		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	95	Praca własna studenta	107
Razem	125	Razem	125
ECTS	5	ECTS	5
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest realizacja projektu medialnego, będącego podsumowaniem wiedzy oraz umiejętności nabytych w trakcie studiów.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student posiada wiedzę z zakresu teorii mediów, badań medioznawczych, podstaw fotografii, kreacji wizerunku, gatunków radiowych, telewizyjnych, prasowych i internetowych. Sprawnie posługuje się narzędziami medialnymi. Potrafi wykorzystać umiejętności dotyczące pracy z kamerą, montażu filmowego, projektowania graficznego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	K_W01 K_W02 K_W03 K_W06 K_W07 K_W09	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne w pracy nad projektem.		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w realizacji projektu.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U03 K_U04 K_U05 K_U06 K_U10 K_K09	
U2	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi pracę projektową związaną z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu medialnego.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K02 K_K04 K_K05 K_K06 K_K09 K_K10	
K2	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Tworzenie scenariusza projektu - formułowanie problemów i celów.			4 st, 2 nst	
Praca w terenie - gromadzenie materiału filmowego i dokumentacji fotograficznej.			10 st, 6 nst	
Selekcjonowanie i opracowywanie zebranego materiału.			8 st, 5 nst	
Omówienie przygotowywanego materiału - zgodność opracowanego medium z przyjętymi założeniami.			6 st, 4 nst	
Pokaz i prezentacja dokumentacji oraz mediów - przygotowanie imprezy wieńczącej projekt.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	80%	10%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk humanistycznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne w pracy nad projektem.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w realizacji projektu.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi pracę projektową związaną z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu medialnego.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	95	107	
Suma		125	125	
ECTS		5	5	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	E. Baron-Polańczyk, <i>Multimedialne materiały dydaktyczne. Projektowanie i wykorzystanie w edukacji techniczno-informatycznej</i> , Zielona Góra 2006.			
2	K. Chmielecki, <i>Estetyka intermedialności</i> , Kraków 2008.			
Uzupełniająca				
1	J. Bednarek, <i>Multimedia w kształceniu</i> , Warszawa 2006.			
2	C. Turk, <i>Sztuka przemawiania</i> , przeł. P. Fiodorow, Wrocław 2003.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Przygotowania egzaminu dyplomowego	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Powtórzenie materiału realizowanego podczas edukacji i przygotowanie się do egzaminu licencjackiego, na podstawie którego student otrzyma dyplom licencjata.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza teoretyczna i praktyczna zdobyta podczas pięciu semestrów edukacji.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		K_W02 K_W07 K_W08
W2	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.		
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U11 K_K07
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.		
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu pomocniczych dziedzin wiedzy: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii.		
Kompetencje społeczne			
K1	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.		K_K06 K_K07 K_K11
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Powtórzenie wiadomości z przedmiotów obowiązujących na egzaminie licencjackim			5 st, 3 nst	
Przygotowanie prezentacji multimedialnej na wybrane tematy			4 st, 3 nst	
Analiza materiałów graficznych i filmowych			4 st, 2 nst	
Ocena dotychczasowych prac i kompletowanie portfolio			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu dziedzin pokrewnych: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii, politologii, psychologii, socjologii zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posiada umiejętność merytorycznego argumentowania zjawisk kulturalnych i medialnych z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułowania wniosków.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posługuje się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu pomocniczych dziedzin wiedzy: kulturoznawstwa, językoznawstwa, literaturoznawstwa, filozofii, historii.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest odpowiedzialny za trafność przekazywanej wiedzy, w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Wybrane pozycje z poszczególnych sylabusów przedmiotowych.			
Uzupełniająca				
1	Wybrane pozycje z poszczególnych sylabusów przedmiotowych.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Praktyki zawodowe		Kod przedmiotu MK_06-1
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Praktyk zawodowych	Język wykładowy	Polski
Semestr	IV	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem		Razem	
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem		Razem	
ECTS	30	ECTS	30
CEL PRZEDMIOTU			
Celem praktyki zawodowej jest zapoznanie z potencjalnym środowiskiem przyszłej pracy, wdrożenie do działalności profesjonalnej w wybranej instytucji, pod kierunkiem opiekuna.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu mediów oraz języka, literatury i kultury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student zapoznaje się ze specyfiką, organizacją, warunkami i metodami pracy jednostki, w której odbywa praktykę	K_W02 K_W03	
W2	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków medialnych.		
Umiejętności			
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z stanowiskiem pracy.	K_U05 K_U07	
U2	Pod kierunkiem opiekuna praktyk prowadzi zlecone prace badawcze, projektowe, warsztatowe		
Kompetencje społeczne			
K1	Wykazuje umiejętność pracy w zespole i podejmowania w nim ról profesjonalnych.	K_K01 K_K02 K_K03	
K2	Dokonuje świadomej i refleksyjnej oceny własnej działalności indywidualnej i pracy w zespole		
K3	Student ma świadomość kulturotwórczej roli mediów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Aktywnie uczestniczy w wypełnianiu zadań wynikających z potrzeb jednostki, w której odbywa praktykę.				
Prawa i obowiązki dziennikarzy; dostęp do informacji, tajemnica dziennikarska, sprawozdawczość sądowa				
Medialna ochrona dóbr osobistych oraz dzieci i młodzieży				
Zasady publikowania sprostowań, komunikatów i ogłoszeń prasowych				
Działalność medialna a własność intelektualna: prawo autorskie; elementy własności przemysłowej – marka i znak towarowy				
Przygotowuje się do wykonywania działalności profesjonalnej w taki sposób, że: obserwuje (hospituje) czynności opiekuna praktyki				
Współpracuje z opiekunem praktyk; samodzielnie wykonuje zadania				
Przygotowuje dokumentację wykonanego zadania. Dokonuje refleksyjnej autoewaluacji swej pracy (dziennik praktyk).				
W trakcie praktyki student wykonuje swoje obowiązki pod nadzorem wyznaczonego przez daną jednostkę pracownika – opiekuna praktyki.				
Reklama w działalności medialnej; sponsoring, telesprzedaż, lokowanie produktu				
Media a uregulowania w zakresie ochrony konkurencji				
Odpowiedzialność prawna w zakresie działalności medialnej				
RAZEM		0	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student zapoznaje się ze specyfiką, organizacją, warunkami i metodami pracy jednostki, w której odbywa praktykę	<input type="checkbox"/>		
W2	Student ma wiedzę na temat najważniejszych cech informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków medialnych.	<input type="checkbox"/>		
U1	Posiada podstawowe umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z stanowiskiem pracy.	<input type="checkbox"/>		
U2	Pod kierunkiem opiekuna praktyk prowadzi zlecone prace badawcze, projektowe, warsztatowe	<input type="checkbox"/>		
K1	Wykazuje umiejętność pracy w zespole i podejmowania w nim ról profesjonalnych.	<input type="checkbox"/>		
K2	Dokonuje świadomej i refleksyjnej oceny własnej działalności indywidualnej i pracy w zespole	<input type="checkbox"/>		
K3	Student ma świadomość kulturotwórczej roli mediów.	<input type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	0	0	
2	Praca własna studenta	0	0	
Suma		0	0	
ECTS		30	30	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	J. A.F. Stoner Ch. Wankel, Kierownaie, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 1997			
2	M. Smycz, Prawo autorkie i prawa pokrewne, 2003, wyd. LEX, 3. M . Jankowska, Autor i prawo do ayutorstwa, wyd. Warszawa Wolter Kruwers Polska			
Uzupelniajaca				
1	Z. Bauer, E. Chudziński (red.) Dziennikarstwo i świat mediów. Kraków 2010			
2	A. Noga, Teorie przedsiębiorstw, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009 r.			
3	H. Król, A. Ludwiczynski, Zarządzanie zasobami ludzkimi, wyd. PWN, warszawa 2006 r. 4. D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, Wyd. PWN, Warszawa 2008			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat z montażu I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program wykładu obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rodzaje montażu : montaż destrukcyjny i niedestrukcyjny, montaż liniowy i nieliniowy, montaż online i offline			2 st, 1 nst	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu			1 st, 1 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			12 st, 7 nst	
Kino i telewizja różnice w przygotowaniu materiału			1 st, 1 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			12 st, 6 nst	
Tryb progresywny			1 st, 1 nst	
Konwersje formatów obrazu			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004			
Uzupełniająca				
1	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			
2	C. Lewis (tech. cons.) 101 Essential Tips, Exploring Multimedia. DorlingKindersley'97			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat z montażu II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program wykładu obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rodzaje montażu : montaż destrukcyjny i niestrukcyjny, montaż liniowy i nieliniowy, montaż online i offline			2 st, 1 nst	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu			1 st, 1 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			12 st, 7 nst	
Kino i telewizja różnice w przygotowaniu materiału			1 st, 1 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			12 st, 6 nst	
Tryb progresywny			1 st, 1 nst	
Konwersje formatów obrazu			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004			
Uzupełniająca				
1	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			
2	C. Lewis (tech. cons.) 101 Essential Tips, Exploring Multimedia. DorlingKindersley'97			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat z montażu III		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program wykładu obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rodzaje montażu : montaż destrukcyjny i niedestrukcyjny, montaż liniowy i nieliniowy, montaż online i offline			2 st, 1 nst	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu			1 st, 1 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			12 st, 7 nst	
Kino i telewizja różnice w przygotowaniu materiału			1 st, 1 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			12 st, 6 nst	
Tryb progresywny			1 st, 1 nst	
Konwersje formatów obrazu			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion", 2004			
Uzupełniająca				
1	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			
2	C. Lewis (tech. cons.) 101 Essential Tips, Exploring Multimedia. DorlingKindersley'97			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty podstawy pracy z kamerą		Kod przedmiotu	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny		
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy	
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski	
Semestr	1	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		Wykład		
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)		
Razem	15	Razem	9	
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21	
Razem	30	Razem	30	
ECTS	1	ECTS	1	
CEL PRZEDMIOTU				
Podstawowa znajomość obsługi kamery i pracy z nią.				
WYMAGANIA WSTĘPNE I ZAKREŚLEŃCIE WIEDZY, WYMAGANEJ WYKONAWCZOŚCI I KOMPETENCJI				
Praktyczna praca z kamerą, nagrywanie obrazu, dźwięku, wywiadów.				
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU				
Wiedza				
W1	Podstawowa znajomość terminów związanych z filmowaniem		K_W06 K_W09	
W2	Wiedza na temat rejestracji obrazu i dźwięku za pomocą kamery			
Umiejętności				
U1	Student potrafi kadrować i nagrywać odpowiednie plany oraz wypowiadać się przed kamerą		K_U04 K_U05 K_K07	
U2	Student potrafi przygotować sprzęt do realizacji materiału oraz zaplanować zdjęcia na jego potrzeby oraz jak zachować się w przypadku relacji zdarzenia przed kamerą			
Kompetencje społeczne				
K1	Student wykorzystuje odpowiednio nabytą wiedzę do realizacji prostych form filmowych		K_K04 K_K07	
K2	Student wie, jak wyglądają podstawy pracy operatora i reportera			

TREŚCI PROGRAMOWE

STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Zapoznanie studentów z obsługą kamery.		3 st, 2 nst	
2. Zapoznanie studentów z kadrowaniem.		5 st, 3 nst	
3. Ćwiczenia w prezentowaniu i kadrowaniu.		5 st, 3 nst	
4. Podsumowanie: prezentacja materiałów filmowych.		2 st, 1 nst	
RAZEM	0	15 st, 9 nst	0

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Podstawowa znajomość terminów związanych z filmowaniem			
U1	Student potrafi kadrować i nagrywać odpowiednie plany oraz wypowiadać się przed kamerą			
U2	Student potrafi przygotować sprzęt do realizacji materiału oraz zaplanować zdjęcia na jego potrzeby oraz jak zachować się w przypadku relacji zdarzenia przed kamerą			
K1	Student wykorzystuje odpowiednio nabytą wiedzę do realizacji prostych form filmowych\			
K2	Student wie, jak wyglądają podstawy pracy operatora i reportera.			

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

		Stacjonarne	Niestacjonarne
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9
2	Praca własna studenta	15	21
Suma		30	30
ECTS		1	1

LITERATURA

Podstawowa

1	5 tajników warsztatu filmowego, Joseph V.Mascelli, Warszawa 2007.
2	O sztuce występów publicznych, Maciej Orłoś, Wydawnictwo RM 2018.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty podstawy pracy przed kamerą		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	1	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Podstawowa znajomość obsługi kamery i pracy z nią.			
WYMAGANIA WSTĘPNE Ω ZAKRESIE WIEDZY, UMIEŹŹNOŹCI I KOMPETENCJI			
Praktyczna praca z kamerą, nagrywanie obrazu, dźwięku, wywiadów.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Podstawowa znajomość terminów związanych z filmowaniem	K_W06 K_W09	
W2	Wiedza na temat rejestracji obrazu i dźwięku za pomocą kamery		
Umiejętności			
U1	Student potrafi kadrować i nagrywać odpowiednie plany oraz wypowiadać się przed kamerą	K_U04 K_U05 K_K07	
U2	Student potrafi przygotować sprzęt do realizacji materiału oraz zaplanować zdjęcia na jego potrzeby oraz jak zachować się w przypadku relacji zdarzenia przed kamerą		
Kompetencje społeczne			
K1	Student wykorzystuje odpowiednio nabytą wiedzę do realizacji prostych form filmowych	K_K04 K_K07	
K2	Student wie, jak wyglądają podstawy pracy operatora i reportera		
TREŚCI PROGRAMOWE			
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Zapoznanie studentów z obsługą kamery.		3 st, 2 nst	
2. Zapoznanie studentów z kadrowaniem.		5 st, 3 nst	
3. Ćwiczenia w prezentowaniu i kadrowaniu.		5 st, 3 nst	
4. Podsumowanie: prezentacja materiałów filmowych.		2 st, 1 nst	
RAZEM	0	15 st, 9 nst	0

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Podstawowa znajomość terminów związanych z filmowaniem			
U1	Student potrafi kadrować i nagrywać odpowiednie plany oraz wypowiadać się przed kamerą			
U2	Student potrafi przygotować sprzęt do realizacji materiału oraz zaplanować zdjęcia na jego potrzeby oraz jak zachować się w przypadku relacji zdarzenia przed kamerą			
K1	Student wykorzystuje odpowiednio nabytą wiedzę do realizacji prostych form filmowych\			
K2	Student wie, jak wyglądają podstawy pracy operatora i reportera.			
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
	Suma	30	30	
	ECTS	1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	J. V. Mascelli, 5 tajemnic warsztatu filmowego, Warszawa 2007.			
2	M. Górka, Visual storytelling. Jak opowiadać językiem video, Warszawa 2019.			
Pomocnicza				
1	M. Orłoś, O sztuce wystąpień publicznych, Wydawnictwo RM 2018.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat lektora		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka dykcji oraz prawideł logicznego, intencjonalnego czytania.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak poważnych wad wymowy.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	K_W02 K_W03 K_W05	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
Umiejętności			
U1	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	K_U05 K_U13 K_U14 K_K08	
U2	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		
Kompetencje społeczne			
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	K_K03 K_K08 K_K10	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Mowa i jej mechanizmy. Jak rodzi się głos			2 st, 1 nst	
Higiena i profilaktyka dot. narządów mowy i słuchu			2 st, 1 nst	
Ortografia - norma i błędy współczesnego języka polskiego			4 st, 3 nst	
Zasady akcentowania w języku polskim - akcent wyrazowy			2 st, 1 nst	
Akcent zdaniowy, intonacja, logiczne czytanie			4 st, 3 nst	
Zagadnienia dot. emisji głosu			2 st, 1 nst	
Interpretacja głosowa różnych gatunków tekstów (takich jak np. bajka, wiersz, monolog prozą, komentarz do filmu, serwis informacyjny, zapowiedź, itp..)			6 st, 4 nst	
Kurs dykcji			4 st, 2 nst	
Próba dubbingu			2 st, 1 nst	
Czytanie i wygłaszanie tekstów w różnych warunkach akustycznych oraz przy użyciu mikrofonu			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Posiada umiejętność przygotowania wypowiedzi ustnych i pisemnych w języku polskim i wybranym języku obcym dotyczących realizowanych zadań, z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	B. Toczyska, Elementarne ćwiczenia dykcji, Gdańsk 2007.			
2	B. Tarasiewicz, Mówię i śpiewam świadomie. Podręcznik do nauki emisji głosu, Kraków 2006.			
Uzupełniająca				
1	B. Kamińska, S. Milewski (red.), Logopedia artystyczna, Gdańsk 2016.			
3	H. Miśka (red.), Z zagadnień emisji głosu, Katowice 2015.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty fotograficzne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U12 K_U13 K_K08
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K08
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Podział obiektywów; różne typy obiektywów – rozwinięcie tematu z poprzednich zajęć. Kryteria długości ogniskowej, przysłona i jej rola – otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu, co to jest „jasność obiektywu”? Omówienie prawa Bunsena i Roscoe’go. Efekt Schwarzschilda. Zajęcia poparte ćwiczeniami.			3 st, 2 nst	
Praca przy świetle sztucznym-ciągłym, oraz zasady obowiązujące podczas pracy ze światłem błyskowym. Efekty światła kierunkowego. Fotografowanie „pod światło”. Co to jest światło mieszane?			4 st, 2 nst	
Różne sposoby pomiaru światła. Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Określenie właściwego czasu naświetlania i kryteria z tym związane. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszane			1 st, 1 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle zastanym. I etap			3 st, 2 nst	
„Światło i cień jako elementy budujące bryłę” - portret w świetle aranżowanym – II etap – ćwiczenia na podstawie samodzielnie wykonanych zdjęć. Przegląd i omówienie fotografii z pierwszego etapu. Rozwinięcie zagadnień dotyczących drugiej części zadania, po analizie zdjęć pierwszej części			3 st, 2 nst	
„Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna Zajęcia praktyczne poprzedzone krótkim wprowadzeniem teoretycznym, poparte wspólną analizą kilku fotografii			3 st, 2 nst	
Zajęcia praktyczne. „Oryginał i kopia” – analiza fotograficzna			3 st, 2 nst	
Fotoreportaż, „Byłem, widziałem” - plener fotografia uliczna			5 st, 2 nst	
Korekta i konsultacje dotyczące zamiennego zadania fotograficznego – temat realizowany poza wyznaczonymi terminami zajęć.			5 st, 3 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk artystycznych, estetycznych, filozoficznych, historycznych, językowych oraz nauk społecznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	John Hedgecoe, Nowy podręcznik fotografii, Warszawa 2005			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
Uzupelniajaca				
1	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udiwnień i zawiłości, Kraków 2000			
2	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty edytorskie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z zasadami przygotowania tekstów: regułami typograficznymi, sposobami adiacji, redakcji i korekty materiałów wydawniczych; praktyczne zastosowanie poznanej wiedzy.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość pojęć dot. Mediów oraz różnicy w ich funkcjonowaniu i tworzeniu.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W05 K_W09	
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	K_U10 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	K_K04 K_K06 K_K08	
K2	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.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Podstawowe terminy edytorstwa i typografii			4 st, 3 nst	
Rodzaje czcionek i fontów. Historia literatury			4 st, 3 nst	
Zasady edycji tekstu naukowego, publicystycznego, literackiego			4 st, 3 nst	
Zasada złotego podziału w edytorstwie			2 st, 1 nst	
Rodzaje ilustracji. Sylwetki ilustratorów			2 st, 1 nst	
Słowo i obraz - umiejętność łączenia treści.			4 st, 2 nst	
Nauka formatowania tekstu tak, aby był jak najbardziej komunikatywny od strony wizualnej			4 st, 2nst	
Nauka elektronicznej korekty tekstu przygotowywanego do publikacji			4 st, 2 nst	
Przegląd publikacji pod kątem ich wartości edytorskiej			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input type="checkbox"/>		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input type="checkbox"/>		
U1	Potrafi ocenić przydatność różnorodnych metod i procedur do realizacji zadań związanych z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input type="checkbox"/>		
K1	Potrafi myśleć i działać w sposób twórczy i przedsiębiorczy.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	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.	<input type="checkbox"/>		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A. Wolański, Edycja tekstów. Praktyczny poradnik, Warszawa 2008.			
2	K. Tyczkowski, Lettera Magica, Łódź 2005.			
Uzupelniajaca				
1	Język w mediach elektronicznych, red. J. Podracki, E. Wolańska, Warszawa 2008.			
2	J. Felici, Kompletny przewodnik po typografii : zasady doskonałego składania tekstu, Gdańsk 2009.			
3	Robert Bringhurst, Elementarz stylu w typografii, Kraków 2007.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty publikacji elektronicznej i projektowania stron www		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Nie dotyczy
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Głównym celem kształcenia jest nabycie przez studenta wiedzy i umiejętności koniecznych do tworzenia publikacji elektronicznych oraz stron www.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	K_W09	
Umiejętności			
U1	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	K_U03 K_U05	
U2	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie, określenie warunków zaliczenia, przekazanie spisu literatury i materiałów dydaktycznych.			1 st, 1 nst	
Język HTML, struktura strony WWW, kodowanie polskich znaków, tworzenie i formatowanie dokumentów HTML.			5 st, 3 nst	
Nowe podejście do projektowania stron www, semantyka kodu HTML.			5 st, 3 nst	
Tworzenie nowoczesnych stron, udoskonalone formularze, osadzanie na stronach grafiki, video, audio oraz animacji.			4 st, 2 nst	
Kaskadowe arkusze stylów (CSS), składnia CSS, selektory, właściwości, model blokowy, zasady projektowania szablonów.			4 st, 2 nst	
CMS – systemy zarządzania treścią na przykładzie Wordpress. Lokalny serwer www, instalacja i administracja. Tworzenie własnej strony.			9 s, 6 nst	
Podsumowanie prac projektowych wykonanych w ramach realizowanych zajęć.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Po prostu DHTML - Dynamic HTML. Autor: Jason Cranford Teague. Wydawnictwo: Helion 1999. ISBN Książki drukowanej: 83-7197-109-5 Sekrety HTML i publikacji WWW. Autor: Jim Heid. Wydawnictwo: Helion 1998. ISBN Książki drukowanej: 83-7101-382-5			
Uzupełniająca				
2	M. Kasperski, Projektowanie stron WWW: użyteczność w praktyce, Gliwice 2010.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty radiowe		Kod przedmiotu MK_07-3
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z warsztatem dziennikarskim właściwym radiowym formom wypowiedzi i przygotowanie ich do zastosowania tej wiedzy w praktyce			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza na temat gatunków informacyjnych i publicystycznych dziennikarskich			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma ma uporządkowaną wiedzę z zakresu teorii radiowych gatunków dziennikarskich	K_W09, K_W10, K_W11	
W2	Student zna zasady klasyfikacji form wypowiedzi dziennikarza radiowego w zakresie zarówno dziennikarstwa informacyjnego, jak i publicystycznego		
W3	Student zna i rozumie podstawową terminologię retoryki i erystyki dziennikarskiej		
Umiejętności			
U1	Potrąfi pozyskiwać, selekcjonować i wykorzystywać informacje stosownie do wykonywanego zadania dziennikarskiego oraz oceniać wartość informacji w korelacji z klasyfikacją ich źródeł	K_U01, K_U08, K_U10	
U2	Redaguje w języku polskim teksty dziennikarskie z uwzględnieniem wymogów emisji informacji w audycji radiowej		
U3	Postępuje się regułami prawnymi i etycznymi oraz zasadami dobrych praktyk zawodowych w rozwiązywaniu problemów typowych dla dziennikarza radiowego		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrąfi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej rolę dziennikarza wykonującego zleczone zadania oraz przygotowującego własne propozycje	K_K02, K_K03, K_K04	
K2	Potrąfi odpowiednio określić priorytety w zakresie doboru informacji i decyzji redakcyjnych dopuszczających publikację oraz ustalać je w odniesieniu do zasad etyki zawodowej, a także własnych zadań dziennikarskich i sposobów, kolejności, zakresu i tempa ich wykonywania		
K3	Prawidłowo identyfikuje dylematy etyczne zawodu dziennikarskiego i znajduje sposoby ich rozstrzygnięcia		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Analiza warsztatowa wybranych form radiowych			5 st, 3 nst	
Dźwięk jako istota radia			3 st, 2 nst	
Realizacja informacyjnych form radiowych i ich montaż			5 st, 3 nst	
Redagowanie serwisu informacyjnego i jego prezentacja			4 st, 2 nst	
Sztuka wywiadu dziennikarskiego			3 st, 2 nst	
Realizacja form publicystycznych i dokumentalnych			6 st, 4 nst	
Reportaż radiowy			4 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma ma uporządkowaną wiedzę z zakresu teorii radiowych gatunków dziennikarskich	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Student zna zasady klasyfikacji form wypowiedzi dziennikarza radiowego w zakresie zarówno dziennikarstwa informacyjnego, jak i publicystycznego	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Student zna i rozumie podstawową terminologię retoryki i erystyki dziennikarskiej	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Potrafi pozyskiwać, selekcjonować i wykorzystywać informacje stosownie do wykonywanego zadania dziennikarskiego oraz oceniać	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Posługuje się regułami prawnymi i etycznymi oraz zasadami dobrych praktyk zawodowych w rozwiązywaniu problemów typowych dla dziennikarza radiowego	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Redaguje w języku polskim teksty dziennikarskie z uwzględnieniem wymogów emisji informacji w audycji radiowej	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej rolę dziennikarza wykonującego zlecone zadania oraz przygotowującego własne propozycje	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Potrafi odpowiednio określić priorytety w zakresie doboru informacji i decyzji redakcyjnych dopuszczających publikację oraz ustalać je w odniesieniu do zasad etyki zawodowej, a także własnych zadań dziennikarskich i sposobów, kolejności, zakresu i tempa ich wykonywania	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Prawidłowo identyfikuje dylematy etyczne zawodu dziennikarskiego i znajduje sposoby ich rozstrzygnięcia	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
Suma		75	75	
ECTS		3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo. Warszawa, 2008.			
2	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.			
Uzupełniająca				
1	Bralczyk J., Język na sprzedaż, Gdańsk : GWP , 2004 .			
2	Jędrzejewski S., Od muzyki w radiu do muzyki w sieci, w: Kultura Współczesna . - 2017, 3 (96), s. 78-90			
3	Boyd A., Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, Kraków 2006.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty telewizyjne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Warsztatowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
Razem	75	Razem	75
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie z podstawami realizacji telewizyjnej, zasadami działania sprzętu audio-video oraz systemem montażowym. Struktura zespołu produkcyjno – realizacyjnego (kolegium redakcyjne, wydawcy, dziennikarze, operatorzy, produkcja, zespół „newsowy”). Zapoznanie z różnorodnymi formami telewizyjnymi, elementami estetyki obrazu oraz składowymi ścieżki dźwiękowej. Realizacja małych form audiowizualnych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość podstaw gramatyki języka polskiego na poziomie gimnazjum i liceum.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Student ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu podstaw działania studia telewizyjnego zorientowaną na zastosowania praktyczne. Zna elementarną terminologię z zakresu telewizji.	K_W02, K_W03, K_W04, K_W05	
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu telewizyjnych gatunków wypowiedzi zorientowaną na zastosowanie praktyczne.		
Umiejętności			
U1	Student wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z telewizją z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01, K_U02, K_U05, K_U06	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z telewizją.		
U3	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z telewizją.		
Kompetencje społeczne			
K1	Student potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania	K_K01, K_K02, K_K03	
K2	Potrafi kierować małym zespołem przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy. Ma świadomość pełnionych ról w zespole.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			L/P
	W	C	L/P	
Ć1- Podstawy dziennikarstwa telewizyjnego, cechy typowe dla medium telewizyjnego, odróżniające je swą specyfiką od warsztatu dziennikarza prasowego czy radiowego.		2 st, 2 nst		
Ć2- Zasady samodzielnego przygotowania i realizacji różnych form wypowiedzi dziennikarza telewizyjnego: prostej informacji, felietonu, wywiadu, programu studyjnofilmowego, reportażu filmowego i innych.		2 st, 2 nst		
Ć3- Trening przed kamerą: autoprezentacja, interpretacja tekstu czytanego i mówionego, relacja reporterska.		2 st, 2 nst		
Ć4- Zasady filmowania i montażu filmowego w technologii cyfrowej. Nowoczesne kamery		2 st, 1 nst		
Ć5- Podstawy montażu.		2 st, 1 nst		
Ć6- Oprogramowanie komputerów. Precyzyjny montaż na poziomie technicznym spełniającym wymogi profesjonalne.		2 st, 1 nst		
Ć7- Przygotowanie do zawodu montażysty.		2 st, 1 nst		
Ć8 - Podstawy reżyserii.		2 st, 1 nst		
Ć9 - Rola prowadzącego, producenta, operatora obrazu, autora felietonu, lektora czy montażysty.		2 st, 1 nst		
Ć10 – Obsługa profesjonalnych kamer filmowych i TV (przygotowanie do zawodu operatora kamery).		2 st, 1 nst		
Ć11 – Nagrywanie programu, dobór i konfiguracja sprzętu filmowego (kamery, dźwięk, światło, systemy montażowe itp.).		2 st, 1 nst		
Ć12 - Praca indywidualna lub w zespole nad wybranym większym projektem (zwykloreportażem), od własnego pomysłu do samodzielnego montażu i zgrania.		2 st, 1 nst		
Ć13 - Realizator imprez okolicznościowych RIO.		2 st, 1 nst		
Ć14 - Ogólna wiedza z zakresu filmu.		2 st, 1 nst		
Ć15 – Podstawy produkcji filmowej (dostosowanie umiejętności i zainteresowań do dzisiejszej specyfiki rynku).		2 st, 1 nst		
RAZEM	0	30 st, 18 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	Student ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu podstaw działania studia telewizyjnego zorientowaną na zastosowania praktyczne. Zna elementarną terminologię z zakresu telewizji.			
W2	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.			
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu telewizyjnych gatunków wypowiedzi zorientowaną na zastosowanie praktyczne.			
U1	Student wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z telewizją z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.			
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną z telewizją.			
U3	Pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace badawcze, projektowe, warsztatowe związane z telewizją.			
K1	Student potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania			
K2	Potrafi kierować małym zespołem przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy. Ma świadomość pełnionych ról w zespole.			
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.			
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	45	57	
	Suma	75	75	
	ECTS	3	3	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. W. Godzic, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004. 2. A.Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne, Kraków 2011. 3. M.Kita, I. Loewe, Język w telewizji, Katowice 2016.			
Uzupełniająca				
1	1. Z.Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009. 2. M. Chyliński, S.Russ-Mohl, Dziennikarstwo, Toruń 2019. 3. P. Bourdieu, O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Warszawa 2009.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projektowanie graficzne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W05 K_W07
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U06 K_U13 K_K07
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K07
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowa znaku graficznego (projektowanie logotypów, logo oraz znaków typograficznych)			10st, 6 nst	
Projektowanie oraz skład tekstu i obrazu, Edytory tekstu i grafiki			10st, 6 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw/Adobe Illustrator) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			10st, 6 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	Biedermann H., „Leksykon symboli”, Muza, Warszawa, 2001			
3	Julius Wiedemann, „Illustration Now!”, Taschen, 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyfrowe technologie medialne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W05 K_W07
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U06 K_U13 K_K07
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K07
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowa znaku graficznego (projektowanie logotypów, logo oraz znaków typograficznych)			10 st, 6 nst	
Projektowanie oraz skład tekstu i obrazu, Edytory tekstu i grafiki			10 st, 6 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw/Adobe Illustrator) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			10 st, 6 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	Biedermann H., „Leksykon symboli”, Muza, Warszawa, 2001			
3	Julius Wiedemann, „Illustration Now!”, Taschen, 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Corel - warsztat obsługi programu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Photoshop). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			2 st, 1 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			5 st, 3 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			5 st, 3 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			3 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
2	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
3	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
4	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Photoshop - warsztat obsługi programu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literniczą. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W05 K_W07
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U06 K_U13 K_K07
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K07
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Photoshop). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			2 st, 1 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			5 st, 3 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			5 st, 3 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			3 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
2	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
3	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
4	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Grafika intermedialna		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką, Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Nowe media w rozumieniu globalnym - dyskurs technologii i sztuki wizualnej			10 st, 6 nst	
Mapowanie przestrzeni (projekt multimedialny z wykorzystaniem projektorów multimedialnych)			10 st, 6 nst	
Multiekramowa instalacja - jak łączyć ze sobą nowoczesną technologii z tradycyjnymi mediami			10 st, 6 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Multimedia i projektowanie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Nowe media w rozumieniu globalnym - dyskurs technologii i sztuki wizualnej			10 st, 6 nst	
Mapowanie przestrzeni (projekt multimedialny z wykorzystaniem projektorów multimedialnych)			10 st, 6 nst	
Multiekramowa instalacja - jak łączyć ze sobą nowoczesną technologii z tradycyjnymi mediami			10 st, 6 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
2	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
3	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
4	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do gatunków fotograficznych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia reporterska - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	p
Fotografia reklamowa - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	p
Fotografia studyjna - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	p
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	John Hedgecoe, Nowy podręcznik fotografii, Warszawa 2005			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
Uzupełniająca				
1	Witold Dederko, Oświetlenie w fotografii, Warszawa 1969			
2	Hanna Maria Giza, W obiektywie, Warszawa 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Wybrane zagadnienia z historii i teorii przekazów audiowizualnych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U12 K_U13 K_K08
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K08
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia reporterska - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	
Fotografia reklamowa - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	
Fotografia studyjna - omówienie podstawowych zasad			5 st, 3 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	John Hedgecoe, Nowy podręcznik fotografii, Warszawa 2005			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
Uzupełniająca				
1	Witold Dederko, Oświetlenie w fotografii, Warszawa 1969			
2	Hanna Maria Giza, W obiektywie, Warszawa 2005			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia prasowa		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabywanie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia reporterska - fotoreportaż, zasady pracy fotoreportera,			2 st, 1 nst	
Współpracy z dziennikarzem piszącym tekst oraz reaserch			3 st, 2 nst	
Nauka fotografowania newsowego, reportażowego i archiwizowania własnych materiałów zdjęciowych			10 st, 6 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Pedro Meyer, Prawda i rzeczywistość w fotografii, Gliwice 2006			
2	Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Fotograficzne gatunki dziennikarskie, Warszawa 2007			
3	Krzysztof Jurecki, Wokół dekady/ fotografia polska lat 90, Łódź 2002			
Uzupełniająca				
1	Tomasz Kizny, Niezależna Agencja Fotograficzna Dementi 1982 - 1991, Wrocław 2007			
2	Wojciech Zawadzki, 100 fotografii 1975-2006, Września 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia reportażowa		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia reporterska - fotoreportaż, zasady pracy fotoreportera,			2 st, 1 nst	p
Współpracy z dziennikarzem piszącym tekst oraz reaserch			3 st, 2 nst	p
Nauka fotografowania newsowego, reportażowego i archiwizowania własnych materiałów zdjęciowych			10 st, 6 nst	p
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Pedro Meyer, Prawda i rzeczywistość w fotografii, Gliwice 2006			
2	Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Fotograficzne gatunki dziennikarskie, Warszawa 2007			
3	Krzysztof Jurecki, Wokół dekady/ fotografia polska lat 90, Łódź 2002			
Uzupełniająca				
1	Tomasz Kizny, Niezależna Agencja Fotograficzna Dementi 1982 - 1991, Wrocław 2007			
2	Wojciech Zawadzki, 100 fotografii 1975-2006, Września 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia użytkowa		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Przegląd fotografii w usługach on-line			3 st, 2 nst	p
Fotografia komercyjna w praktyce			3 st, 2 nst	p
Fotografia kulinarna			3 st, 2 nst	p
Fotografia produktowa w urządzeniach do fotografii tzw. 3D			3 st, 2 nst	p
Fotografia produktowa na stołach bezcieniowych			3 st, 1 nst	p
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	John Hedgecoe, Nowy podręcznik fotografii, Warszawa 2005			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
3	Witold Dederko, Oświetlenie w fotografii, Warszawa 1969			
Uzupełniająca				
1	Hanna Maria Giza, W obiektywie, Warszawa 2005			
2	Gerhard Teicher, Fototechnika, Warszawa 1982			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia produktywna		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Przegląd fotografii w usługach on-line			3 st, 2 nst	
Fotografia komercyjna w praktyce			3 st, 2 nst	
Fotografia kulinarna			3 st, 2 nst	
Fotografia produktowa w urządzeniach do fotografii tzw. 3D			3 st, 2 nst	
Fotografia produktowa na stołach bezcieniowych			3 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	John Hedgecoe, Nowy podręcznik fotografii, Warszawa 2005			
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004			
3	Witold Dederko, Oświetlenie w fotografii, Warszawa 1969			
Uzupełniająca				
1	Hanna Maria Giza, W obiektywie, Warszawa 2005			
2	Gerhard Teicher, Fototechnika, Warszawa 1982			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia artystyczna		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U12 K_U13 K_K08	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K08	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia studyjna - ustawienia światła, funkcja nadajników i praca na grupach lamp			3 st, 2 nst	p
Praktyczne zastosowanie lamp błyskowych systemowych i studyjnych			3 st, 2 nst	p
Praca z człowiekiem na planie			3 st, 2 nst	p
Modelowanie światłem stałym i błyskowym			3 st, 2 nst	p
Modyfikatory światła			3 st, 1 nst	p
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Charlotte Cotton, Fotografia jako sztuka współczesna, Kraków 2010			
2	Adam Sobota, Konceptualność fotografii, Bielsko-Biała 2004			
3	Jerzy Piwowarski, Fotografia artystyczna i jej wystawiennictwo w Polsce okresu międzywojennego, Częstochowa 2004			
Uzupełniająca				
1	Zbigniew Tomaszczuk, Świadomość kadru / szkice z estetyki fotografii, Września 2003			
2	Wiesław Banach, Zdzisław Beksiński / antologia twórczości, Rzeszów 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Kompozycja obrazu fotograficznego		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U12 K_U13 K_K08
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K08
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Fotografia studyjna - ustawienia światła, funkcja nadajników i praca na grupach lamp			3 st, 2 nst	
Praktyczne zastosowanie lamp błyskowych systemowych i studyjnych			3 st, 2 nst	
Praca z człowiekiem na planie			3 st, 2 nst	
Modelowanie światłem stałym i błyskowym			3 st, 2 nst	
Modyfikatory światła			3 st, 1 nst	
RAZEM			15 st, 9 nst	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		15%	80%	5%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Charlotte Cotton, Fotografia jako sztuka współczesna, Kraków 2010			
2	Adam Sobota, Konceptualność fotografii, Bielsko-Biała 2004			
3	Jerzy Piwowarski, Fotografia artystyczna i jej wystawiennictwo w Polsce okresu międzywojennego, Częstochowa 2004			
Uzupełniająca				
1	Zbigniew Tomaszczuk, Świadomość kadru / szkice z estetyki fotografii, Września 2003			
2	Wiesław Banach, Zdzisław Beksiński / antologia twórczości, Rzeszów 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy budowy obrazu filmowego		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program wykładu obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu montażu filmu oraz operatorki filmowej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Rodzaje montażu : montaż destrukcyjny i niedstrukcyjny			2st, 1 nst	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu			2 st, 1 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			20 st, 12 nst	
Montaż liniowy i nieliniowy,			2 st, 1 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			2 st, 1 nst	
Montaż online i offline			1 st, 1 nst	
Konwersje formatów obrazu			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A. Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004			
Uzupełniająca				
1	C. Lewis (tech. cons.) 101 Essential Tips, Exploring Multimedia. DorlingKindersley'97			
2	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy montażu komputerowego		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program wykładu obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu montażu filmu oraz operatorki filmowej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W10	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	K_K07 K_K08 K_K09	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rodzaje montażu : montaż destrukcyjny i niestrukcyjny			2 st, 1 nst	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu			2 st, 1 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			20 st, 12 nst	
Montaż liniowy i nieliniowy,			2 st, 1 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			2 st, 1 nst	
Montaż online i offline			1 st, 1 nst	
Konwersje formatów obrazu			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004			
Uzupełniająca				
1	C. Lewis (tech. cons.) 101 Essential Tips, Exploring Multimedia. DorlingKindersley'97			
2	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Montaż filmowy		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu montażu filmu oraz operatorki filmowej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Efekty specjalne i praca na greenscreen			10 st, 6 nst	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach			10 st, 6 nst	
Montaż Adobe Premier Pro oraz After Effect			5 st, 3 nst	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie			3 st, 2 nst	
Montaż online i offline			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004			
Uzupełniająca				
1				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty filmowe i multimedialne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie ich na planie			5 st, 3 nst	
Intermedialność projektów wideo - wsparcie na platformach internetowych			5 st, 3 nst	
Mechanizmy reklamowe w multimediach			2 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu intermedialnego			18 st, 11 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Czasopismo:Kultura Współczesna . - 2015, 2 (86), s. 118-125 Rejestracja sygnałów fonicznych / Bolesław Urbański, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności , 1990 ISBN:83-206-0899-9			
3	Analogowe i cyfrowe... : casus twórczości Zbigniewa Rybczyńskiego / Iwona Gródź			
Uzupełniająca				
2				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama i wideoclip		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie ich na planie			5 st, 3 nst	
Intermedialność projektów wideo - wsparcie na platformach internetowych			5 st, 3 nst	
Mechanizmy reklamowe w multimediach			2 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu intermedialnego			18 st, 11 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			
2	Czasopismo:Kultura Współczesna . - 2015, 2 (86), s. 118-125 Rejestracja sygnałów fonicznych / Bolesław Urbański, Wydawnictwa Komunikacji i Łączności , 1990 ISBN:83-206-0899-9			
3	Analogowe i cyfrowe... : casus twórczości Zbigniewa Rybczyńskiego / Iwona Gróź			
Uzupełniająca				
1				
2				

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Grafika w tekstach kultury		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Grafika w tekstach kultury- omówienie zagadnień podstawowych.			3 st, 2 nst	
Systemy wystawiennicze - analogowe oraz multimedialne, grafika w tekstach- ćw.			5 st, 3 nst	
Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa			4 st, 3 nst	
Reklama poza mediami jak wykorzystać zjawisko synergii w elementach promocyjnych			3 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Newark, Quentin. Design i grafika dzisiaj, Wydano: Warszawa : ABE Dom Wydawniczy , 2006			
2	Racinowski, Krzysztof. Oprac. Grafika wczoraj i dziś, Wydano: Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Naukowe , 1974			
Uzupełniająca				
1	A. Murduch, Kreatywność w reklamie, Wydawnictwo naukowe PWN, 2003 rok.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Visual merchandising		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wykorzystanie elementów wizualnych w sprzedaży			3 st, 2 nst	
Systemy wystawiennicze - analogowe oraz multimedialne			5 st, 3 nst	
Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa			4 st, 3 nst	
Reklama poza mediami jak wykorzystać zjawisko synergii w elementach promocyjnych			3 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	D. Daliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, Wyd. GWP, Gdańsk 2008 rok			
2	Lindstron M., Zakupologia: prawda i kłamstwa o tym dlaczego kupujemy, Wydano: Kraków : Społeczny Instytut Wydawniczy , 2009			
Uzupełniająca				
2	A. Murduch, Kreatywność w reklamie, Wydawnictwo naukowe PWN, 2003 rok.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty użytkowe - reklama telewizyjna		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie ich na planie			1 st, 1 nst	
Gamifikacja w elementach reklamowych - jak wciągnąć widza w grę			1 st, 1 nst	
Mechanizmy reklamowe w multimedialności			1 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego			12 st, 6 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006			
2	Hafmokr J. Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009			
Uzupełniająca				
1	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006			
2	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty użytkowe - reklama internetowa		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie ich na planie			1 st, 1 nst	
Gamifikacja w elementach reklamowych - jak wciągając widza w grę			1 st, 1 nst	
Mechanizmy reklamowe w multimedialnych			1 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego			12 st, 6 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006			
2	Hafmokl J. Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009			
Uzupełniająca				
1	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006			
2	A.Wojtkiewicz: Elementy syntezy filtrów cyfrowych, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa 1984			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Public Relations w Internecie - warsztaty		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami public relations w Internecie. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu public relations w Internecie na przykładzie poszczególnych problemów z zakresu nowych zjawisk komunikacji społecznej i modelu przestrzeni medialnej w Internecie; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów wideo, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie public relations. Student powinien rozpoznawać i rozróżniać narzędzia public relations w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie public relations w Internecie		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody public relations w Internecie z ukierunkowaną na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach wideo, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami public relations w Internecie.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie public relations w Internecie.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi public relations w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu public relations w Internecie.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Strategie PR w Internecie.			2 st, 2 nst	
Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w public relations.			2 st, 2 nst	
Witryna internetowa jako narzędzie public relations.			2 st, 2 nst	
Organizacja internetowego biura public relations.			2 st, 1 nst	
Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.			2 st, 1 nst	
Organizacja firmy public relations w Internecie.			2 st, 1 nst	
Monitorowanie mediów on-line.			2 st, 1 nst	
Pozycjonowanie witryny public relations.			2 st, 1 nst	
Praca z grupami dyskusyjnymi online.			2 st, 1 nst	
Internetowe narzędzia komunikacji.			2 st, 1 nst	
Media społecznościowe w public relations.			2 st, 1 nst	
Tworzenie blogów i mikroblogów w public relations.			2 st, 1 nst	
Tworzenie serwisów wideo w public relations.			2 st, 1 nst	
Tworzenie baz danych w public relations.			2 st, 1 nst	
Internetowy savoir---vivre.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie public relations w Internecie	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami public relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie public relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	ma świadomość wagi public relations w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu public relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		3	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. Wallace P., Psychologia Internetu, Poznań 2004 2. Nowina Konopka M., Informorfoza zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017 3. Jaskiernia A. Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006			
Uzupelniajaca				
1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006 Red. Gackowski T., Nowe media. Wyzwania i ograniczenia, Warszawa 2013 Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009 Red. Drzyzga P., Nowe media tradycyjne środki przekazu, Tychy 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Media Relations w Internecie - warsztaty		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami media relations w Internecie. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu media relations w Internecie na przykładzie poszczególnych problemów z zakresu nowych zjawisk komunikacji społecznej i modelu przestrzeni medialnej w Internecie; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów video, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie media relations. Student powinien rozpoznawać i rozróżniać narzędzia media relations w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu:			
<input type="checkbox"/> wiedza o mediach <input type="checkbox"/> komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie media relations w Internecie.		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody media relations w Internecie z ukierunkowana na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach video, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami media relations w Internecie.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie media relations w Internecie.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi media relations w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu media relations w Internecie.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat	Liczba godzin			
	W	C	L/P	
Strategie MR w Internecie.		2 st, 2 nst		
Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w media relations.		2 st, 2 nst		
Witryna internetowa jako narzędzie media relations.		2 st, 2 nst		
Organizacja internetowego biura media relations.		2st, 1 nst		
Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.		2 st, 1 nst		
Organizacja firmy media relations w Internecie.		2 st, 1 nst		
Monitorowanie mediów on-line.		2 st, 1 nst		
Pozycjonowanie witryny media relations.		2 st, 1 nst		
Praca z grupami dyskusyjnymi online.		2 st, 1 nst		
Internetowe narzędzia komunikacji.		2 st, 1 nst		
Media społecznościowe w media relations.		2 st, 1 nst		
Tworzenie blogów i mikroblogów w media relations.		2 st, 1 nst		
Tworzenie serwisów wideo w media relations.		2 st, 1 nst		
Tworzenie baz danych w media relations.		2 st, 1 nst		
Internetowy savoir-vivre.		2 st, 1 nst		
RAZEM	0	30 st, 18 nst	0	
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie media relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami media relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie media relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K1	ma świadomość wagi media relations w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu media relations w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		3	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	1. Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006 2. Red. Gackowski T., Nowe media. Wyzwania i ograniczenia, Warszawa 2013 3. Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009 4. Red. Drzyzga P., Nowe media tradycyjne środki przekazu, Tychy 2007			
Uzupelniajaca				
1	1. Budzyński W., Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy, Poltext, Warszawa 2003. 2. Smektała T., Public Relations w Internecie, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2005.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z reklamy w internecie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami reklamy wInternecie. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu reklamy w Internecie na przykładzie organizacji kampanii reklamowej wInternecie; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów wideo, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie różnych form reklamy wInternecie. Student powinien rozpoznawać i rozróżniać narzędzia reklamy w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy w Internecie.		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody reklamy w Internecie z ukierunkowana na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach wideo, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w Internecie.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w Internecie.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi reklamy w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w Internecie.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Strategie reklamy w Internecie.			2 st, 2 nst	
Witryna internetowa jako narzędzie reklamy.			2 st, 1 nst	
Organizacja internetowego biura reklamy.			2 st, 1 nst	
Tworzenie komunikatu reklamowego w Internecie.			2 st, 1 nst	
Organizacja firmy reklamowej w Internecie.			2 st, 1 nst	
Organizacja kampanii reklamowej w Internecie.			2 st, 1 nst	
Pozycjonowanie witryny reklamowej			2 st, 1 nst	
Internetowe narzędzia komunikacji w reklamie.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	ma świadomość wagi reklamy w Internecie w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w Internecie.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Hirsfeld A., Co rządzi obrazem? Kraków 2015			
Uzupelniajaca				
1	Grzenia J., Komunikacja językowa w Internecie, Warszawa 2006			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama internetowa - warsztaty		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami reklamy internetowej. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu reklamy internetowej na przykładzie organizacji kampanii reklamowej internetowej; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów wideo, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie różnych form reklamy internetowej. Student powinien rozpoznawać i różnicować narzędzia reklamy w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy internetowej.		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody reklamy internetowej z ukierunkowaną na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach wideo, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcionuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy internetowej.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy internetowej.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi reklamy internetowej w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy internetowej.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Strategie reklamy w Internecie.			2 st, 2 nst	
Witryna internetowa jako narzędzie reklamy.			2 st, 1 nst	
Organizacja internetowego biura reklamy.			2 st, 1 nst	
Tworzenie komunikatu reklamowego w Internecie.			2 st, 1 nst	
Organizacja firmy reklamowej w Internecie.			2 st, 1 nst	
Organizacja kampanii reklamowej w Internecie.			2 st, 1 nst	
Pozycjonowanie witryny reklamowej.			2 st, 1 nst	
Internetowe narzędzia komunikacji w reklamie.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy internetowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy internetowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy internetowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
K1	ma świadomość wagi reklamy internetowej w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>	[
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy internetowej.	<input checked="" type="checkbox"/>	[
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Wallace P., Psychologia Internetu, Poznań 2004			
Uzupelniajaca				
1	Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Gamifikacja		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami technik gamingowych wykorzystywanych w relacjach społecznych oraz w grach . Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień gamingowych, które składają się na nowoczesne formy pracy .			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/ NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych			3 st, 2 nst	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania			3 st, 2 nst	
Struktura gry - jak budować hierarchie			3 st, 2 nst	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Paweł Tkaczyk - GRYWALIZACJA. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych Wydawnictwo: Onepress			
2	McStay, Andrew, Reklama cyfrowa : podręcznik / Andrew McStay ; tł. Karolina Jankowiak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego , 2020			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Gry społecznościowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami technik gamingowych wykorzystywanych w relacjach społecznych oraz w grach. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień gamingowych, które składają się na nowoczesne formy pracy.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych			3 st, 2 nst	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania			3 st, 2 nst	
Struktura gry - jak budować hierarchie			3 st, 2 nst	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Paweł Tkaczyk - GRYWALIZACJA. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych Wydawnictwo: Onepress			
2	Filiciak M. Wirtualny plac zabaw: gry sieciowe i przemiany kultury współczesnej. Warszawa 2006			
3	McStay, Andrew, Reklama cyfrowa : podręcznik / Andrew McStay ; tł. Karolina Jankowiak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego , 2020			
Uzupełniająca				
1	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3			
2	Brian Burke - Gamify: How Gamification Motivates People to Do Extraordinary Things			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Influence na platformach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z technologiami wykorzystywanymi na platformach społecznościowych oraz ze strategiami w marketingu na platformach społecznościowych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
student zna podstawowe zagadnienia z marketingu i rodzaje platform społecznościowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U12
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		

U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.			
Kompetencje społeczne				
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K02 K_K03		
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.			
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.			
TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Modele komunikacji w marketingu elektronicznym.			3 st, 2 nst	
Pomiary skuteczności i optymalizacja kampanii reklamowych. Konfiguracja i planowanie kampanii reklamowych z wykorzystaniem serwerów reklam.			10 st, 6 nst	
Platformy w mediach społecznościowych ich analiza oraz wykorzystywanie w praktyce.			8 st, 5 nst	
Wpływ marketingu w wyszukiwarkach internetowych oraz wpływ na pocztę elektroniczną.			3 st, 2 nst	
Platformy handlu elektronicznego. Wykorzystanie wybranych platform społecznościowych w marketingu i analizy sieci społecznych.			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	

Suma		100	100
ECTS		4	4
LITERATURA			
Podstawowa			
1	M. Filiciak, G. Ptaszak, Komunikowanie się w mediach elektronicznych. Język, edukacja, seniorzy, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009 r.		
2	J. Królewski, P. Sala, E- Marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy, wyd. PWN, Warszawa 2020		
Uzupełniająca			
1	P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0 Era cyfrowa, Wyd. mt biznes, Warszawa 2017		
2	E- Marketing, planowanie, narzędzia, praktyka, red. G. Mazurek, Wyd. Poltext, Warszawa 2018		
3	A. McStay, Reklama cyfrowa, Podręcznik, Analiza działań reklamowych największych światowych firm medialnych, wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Marketing na platformach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z technologiami wykorzystywanymi w marketingu elektronicznym oraz ze strategiami w marketingu na platformach społecznościowych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawy języka HTML, a także student zna podstawowe zagadnienia z marketingu.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U12
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Modele komunikacji w marketingu elektronicznym			3 st, 2 nst	
Pomiary skuteczności i optymalizacja kampanii reklamowych. Konfiguracja i planowanie kampanii reklamowych z wykorzystaniem serwerów reklam.			10 st, 6 nst	
Marketing w mediach społecznościowych. Targetowanie behawioralne i reklama sekwencyjna.			8 st, 5 nst	
Marketing w wyszukiwarkach internetowych. Marketing z udziałem poczty elektronicznej.			3 st, 2 nst	
Platformy handlu elektronicznego. Wykorzystanie wybranych platform społecznościowych w marketingu i analizie sieci społecznych.			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	M. Filiciak, G. Ptaszak, Komunikowanie się w mediach elektronicznych. Język, edukacja, seniorzy, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009 r.			
2	E- Marketing, planowanie, narzędzia, praktyka, red. G. Mazurek, Wyd. Poltext, Warszawa 2018			
Uzupełniająca				
1	J. Królewski, P. Sala, E- Marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy, wyd. PWN, Warszawa 2020			
2	P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0 Era cyfrowa, Wyd. mt biznes, Warszawa 2017			
3	A. McStay, Reklama cyfrowa, Podręcznik, Analiza działań reklamowych największych światowych firm medialnych, wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Marketing		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Znajomość podstaw marketingu			
B. Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych			6 st, 4 nst	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne			6 st, 4 nst	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce.			6 st, 4 nst	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.			6 st, 4 nst	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa			6 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Kaczmarczyk, Stanisław, Badania marketingowe, Wydano: Warszawa : Państwowe Wydawnictwo Ekonomi , 1997			
2	Kotler, Philip, Marketing, Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 2002			
Uzupełniająca				
1	Grzegorzeczyk, Wojciech. Marketing na rynku międzynarodowym, Wydano: Kraków : Oficyna Ekonomiczna. Oddział , 2009			
2	Sztucki, Tadeusz. Marketing przedsiębiorcy i menedżera, Wydano: Warszawa : "Placet" , 1996			
3	Payne, Adrian. Marketing usług, Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 1996			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	E-marketing		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Znajomość podstaw marketingu			
B. Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych			6st, 4nst	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne			6 st, 4 nst	
Marketing mix, podstawowe jego elementy.Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce.			6 st,4 nst	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.			6 st, 4 nst	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa			6 st, 2 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	E- Marketing, planowanie, narzędzia i praktyka, red. G. Mazurek, Wyd. Poltext, Warszawa 2018 rok.			
2	E- marketing, współczesne trendy. Pakiet startowy. Red. merutoryczna J. Królewski, P. Sala, PWN, warszawa 2014,2016 rok.			
Uzupełniająca				
1	Payne, Adrian, Marketing usług, Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 1996			
2	P. Kotler, G. Armstrong, J. Saunders, V. Wong, Marketing, podręcznik europejski, wyd. PWE, warszawa 2002			
3	E. Michalski, Marketing, podręcznik akademicki, wyd. naukowe PWN, warszawa 2004.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Zarządzanie w mediach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami zarządzania w jednostkach organizacyjnych strictly reklamowych, kształtowanie umiejętności studentów w zakresie stosowania metod i narzędzia zarządzania strategicznego oraz identyfikowania i rozwijania problemów strategicznych oraz podnoszenie kompetencji społecznych studentów przygotowujących do pracy w zespole			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie do zagadnień – kluczowe pojęcia, narzędzia i technologie, w tym również typologia mediów społecznościowych. Wprowadzenie podstawowych zagadnień z zakresu public relations, ze szczególnym uwzględnieniem typu organizacji jaką jest instytucja publiczna / organizacja sektora publicznego.			2 st, 1 nst	
Zarządzanie mediami społecznościowymi w kontekście celów organizacji i z uwzględnieniem jej charakteru. Budowanie wizerunku organizacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych, w tym budowanie wizerunku lidera. Wyjaśnienie specyficznych uwarunkowań wykorzystania mediów społecznościowych przez instytucje sektora publicznego, w szczególności administracji publicznej (brak dyspozycji ustawowej, obowiązek prowadzenia BIP itd.).			4 st, 3 nst	
Zagrożenia związane z obecnością instytucji sektora publicznego w mediach społecznościowych. Dobre i złe praktyki, polityki wykorzystywania mediów społecznościowych, zasady wypowiedzi przedstawicieli instytucji w mediach społecznościowych, regulaminy prowadzonych forów/fan page'ów/profilu/blogów, prawne uwarunkowania wykorzystania treści generowanych przez użytkowników i inne podmioty.			3 st, 2 nst	
Planowanie i realizacja kampanii informacyjnych i promocyjnych za pośrednictwem mediów społecznościowych lub których elementem są działania w mediach społecznościowych. Zaprojektowanie wybranej kampanii informacyjno-promocyjnej			4 st, 2 nst	
Analiza wykorzystania mediów społecznościowych przez wybrane instytucje/organizacje – studia przypadków.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Organizacja, konteksty, procesy zarządzania, red. naukowa B. Glinka, M. Kostera, wyd. Woltres Kluwer, Warszawa 2016			
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008			
Uzupełniająca				
1	M. Castells, Społeczeństwo sieci, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008			
2	Społeczeństwo informacyjne- problemy rozwoju, pod red. A. Szewczyk, wyd. Difin, Warszawa 2007			
3	G. Bartkowiak, Psychologia w zarządzaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, poznań 2010			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Marketing w mediach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami marketingowymi w jednostkach organizacyjnych stricte reklamowych,			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Wprowadzenie do zagadnień– kluczowe pojęcia, narzędzia i technologie, w tym również typologia mediów społecznościowych. Wprowadzenie podstawowych zagadnień z zakresu public relations, ze szczególnym uwzględnieniem typu organizacji jaką jest instytucja publiczna / organizacja sektora publicznego.			2 st, 1 nst	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem sektora publicznego. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne			4 st, 3 nst	
Marketing mix, podstawowe jego elementy stosowane w instytucjach publicznych. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w mediach społecznościowych			3 st, 2 nst	
Planowanie i realizacja kampanii informacyjnych i promocyjnych za pośrednictwem mediów społecznościowych lub których elementem są działania w mediach społecznościowych. Zaprojektowanie wybranej kampanii informacyjno-promocyjnej			4 st, 2 nst	
Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Kotler, Philip, Marketing, Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 2002			
2	Payne, Adrian, Marketing usług, Wydano: Warszawa : Polskie Wydawnictwo Ekonomicz , 1996			
Uzupełniająca				
1	Bartosik-Purgat, Małgorzata, Media społecznościowe na rynku międzynarodowym. Wydano: Warszawa : Difin SA , 2016			
2	Bartosik-Purgat, Małgorzata, Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2019			
3	Marka na cztery sposoby, Pogorzelski J. Wyd. Wolters Kluwer, 2015			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z reklamy telewizyjnej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami reklamy w Internecie. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu reklamy w Internecie na przykładzie organizacji kampanii reklamowej w Internecie; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów wideo, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie różnych form reklamy w Internecie. Student powinien rozpoznawać i rozróżniać narzędzia reklamy w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy telewizyjnej.		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody reklamy w telewizji z ukierunkowana na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach wideo, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w telewizji.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w telewizji.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi reklamy w telewizji w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w telewizji.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L /P
Strategie reklamy w telewizji.			2 st, 2 nst	
Witryna internetowa jako narzędzie reklamy.			2 st, 1 nst	
Organizacja biura reklamy.			2 st, 1 nst	
Tworzenie komunikatu reklamowego w telewizji.			2 st, 1 nst	
Organizacja firmy reklamowej w telewizji.			2 st, 1 nst	
Organizacja kampanii reklamowej w telewizji.			2 st, 1 nst	
Pozycjonowanie reklamy w telewizji.			2 st, 1 nst	
Narzędzia komunikacji w reklamie.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy telewizyjnej.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	ma świadomość wagi reklamy w telewizji w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Hirszfeld A., Co rządzi obrazem? Kraków 2015			
2	Jenkins H. Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów. Warszawa 2007			
3	Chmielecki K. Estetyka intermedialności. Kraków 2008			
Uzupełniająca				
1	Grzenia J., Komunikacja językowa w Internecie, Warszawa 2006			
2	Frydryczak B. Ekspansja obrazów: sztuka i media w świecie współczesnym. Zielona Góra 2000			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Obraz filmowy w reklamie		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studenta ze współczesnymi technikami reklamy w Internecie. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu reklamy w Internecie na przykładzie organizacji kampanii reklamowej w Internecie; Rozwój komunikacji i zmiany społecznej wywołany przez nowe zjawiska komunikacji i zmianę modelu przestrzeni medialnej. Zapoznanie z metodami korzystania z mediów społecznościowych, blogów, serwisów video, aplikacji do obróbki i publikacji zdjęć oraz elektronicznych baz wiedzy w zakresie różnych form reklamy w Internecie. Student powinien rozpoznawać i rozróżniać narzędzia reklamy w Internecie oraz prawidłowo wybierać je do własnych zadań.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy telewizyjnej.		K_W02, K_W03, K_W06
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.		
W3	opisuje wybrane metody reklamy w telewizji z ukierunkowana na ich praktyczne zastosowanie w mediach społecznościowych, blogach, serwisach video, aplikacjach do obróbki i publikacji zdjęć oraz w elektronicznych bazach danych.		
Umiejętności			
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w telewizji.		K_U02, K_U10, K_07
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w telewizji.		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.		
Kompetencje społeczne			
K1	ma świadomość wagi reklamy w telewizji w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym		K_K05, K_10, K_K12
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w telewizji.		
K3	efektywnie organizuje własną pracę, potrafi określić priorytety służące realizacji zadań warsztatowych.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L / P
Strategie reklamy w telewizji.			2 st, 2 nst	
Witryna internetowa jako narzędzie reklamy.			2 st, 1 nst	
Organizacja biura reklamy.			2 st, 1 nst	
Tworzenie komunikatu reklamowego w telewizji.			2 st, 1 nst	
Organizacja firmy reklamowej w telewizji.			2 st, 1 nst	
Organizacja kampanii reklamowej w telewizji.			2 st, 1 nst	
Pozycjonowanie reklamy w telewizji.			2 st, 1 nst	
Narzędzia komunikacji w reklamie.			1 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie reklamy telewizyjnej.	<input checked="" type="checkbox"/>		
W2	ma uporządkowaną i podstawową wiedzę w zakresie pokrewnych nauk społecznych: socjologii, komunikowania społecznego, mediów społecznościowych, Internetu i mediów cyfrowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U1	wyszukuje, analizuje, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z metodami reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U2	pod kierunkiem opiekuna prowadzi prace warsztatowe w zakresie reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
U3	potrafi ocenić przydatność różnych metod, procedur, praktyk do realizacji zadań warsztatowych.	<input checked="" type="checkbox"/>		
K1	ma świadomość wagi reklamy w telewizji w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym	<input checked="" type="checkbox"/>		
K2	potrafi współdziałać w grupie podczas realizacji zadań warsztatowych z zakresu reklamy w telewizji.	<input checked="" type="checkbox"/>		
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Hirszfeld A., Co rządzi obrazem? Kraków 2015			
2	Jenkins H. Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów. Warszawa 2007			
3	Chmielecki K. Estetyka intermedialności. Kraków 2008			
Uzupełniająca				
1	Grzenia J., Komunikacja językowa w Internecie, Warszawa 2006			
2	Frydryczak B. Ekspansja obrazów: sztuka i media w świecie współczesnym. Zielona Góra 2000			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z reklamy radiowej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy radiowej- praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów			2 st, 1 nst	
Dźwięk w formach radiowych -			2 st, 1 nst	
Mechanizmy reklamowe formach radiowych			2 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego			9 st, 6 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo. Warszawa, 2008.			
2	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.			
Uzupełniająca				
1	Bralczyk J., Język na sprzedaż, Gdańsk : GWP , 2004 .			
2	Jędrzejewski S., Od muzyki w radiu do muzyki w sieci, w: Kultura Współczesna . - 2017, 3 (96), s. 78-90			
3	Boyd A., Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, Kraków 2006.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyfrowe nośniki audio		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W10
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.		
Umiejętności			
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		K_U06 K_U12 K_U13 K_K07 K_K08 K_K09
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		K_K07 K_K08 K_K09
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.		
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Scenariusz reklamowy radiowej- praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów			2 st, 1 nst	
Dźwięk w formach radiowych -			2 st, 1 nst	
Mechanizmy reklamowe formach radiowych			2 st, 1 nst	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego			9 st, 6 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		30%	50%	20%
W1	Ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu nauk artystycznych, estetycznych, filozoficznych, historycznych, językowych oraz nauk społecznych zorientowaną na zastosowania praktyczne w sferze	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę z zakresu elektronicznych nośników informacji z ukierunkowaniem na jej praktyczne zastosowanie w wybranej sferze działalności medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Wykorzystuje różne kanały i techniki komunikacyjne ze specjalistami w sferze działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Jest świadomym uczestnikiem i kreatorem kultury i mediów, uczestniczy w życiu kulturalnym, animuje je korzystając z różnych jego form i mediów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Berger J., Polskie Radio, Teatr, Historia, Część I -Początki.			
2	Bauer Z., Chudziński E. Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000,			
3	Schopenhauer A. „Erystyka czyli sztuka prowadzenia sporów, Warszawa 1993,			
Uzupełniająca				
1	Bardijewska S., Muza bez legendy. Szkice o dramaturgii radiowej, Warszawa 1978.			
2	Beliczyński J., Radio jako obiekt zarządzania, Kraków 2005,			
3	Korolko M., Sztuka retoryki, Warszawa 1990,			
4	Kaziów M., O dziele radiowym. Z zagadnień estetyki oryginalnego słuchowiska, Wrocław 1973.			
5	Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty multimedialne w mediach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z zawartością bieżących wydań mediów krajowych i zagranicznych, a także tekstów publikowanych w Internecie. Ponadto zaznajomienie się studentów z tworzeniem różnych projektów multimedialnych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03 K_K09
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K09 K_K10
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Prezentacje multimedialne - rodzaje i ich zastosowanie			10 st, 6 nst	
Projekt multimedialny zareklamowania produktów wybranych przedsiębiorstw.			10 st, 6 nst	
Tworzenia kampanii reklamowej za pomocą wybranych prezentacji interaktywnych i prezentacji liniowych.			8 st, 5 nst	
Utrwalenie wiadomości i prezentacja prac studentów.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	red. Michał Ostrowicki, Estetyka wirtualności, wyd. "Universitas", 2005			
2	Sztuka interaktywna. Społeczny kontekst odbioru : perspektywy Ervinga Goffmana a nowe media / Izabela Franckiewicz-Olczak, wyd Oficyna Naukowa , 2016			
Uzupełniająca				
1	Manuel Castells, Społeczeństwo sieci, Warszawa 2008 / wybrane fragmenty.			
2	Jan van Dijk, Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci, Warszawa, 2010 / wybrane fragmenty			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty multimediiów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z zawartością bieżących wydań mediów krajowych i zagranicznych, a także tekstów publikowanych w Internecie. Ponadto studentów z tworzeniem różnych projektów multimedialnych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
znajomość programu Microsoft Office			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03 K_K09
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K09 K_K10
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.		
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Prezentacje multimedialne - rodzaje i ich zastosowanie.			10 st, 6 nst	
Projekt multimedialny z reklamowania produktów / usług wybranych przedsiębiorstw.			10 st, 6 nst	
Tworzenia kampanii reklamowej za pomocą wybranych prezentacji multimedialnych.			8 st, 5 nst	
Utrwalenie wiadomości i prezentacja prac studentów.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K2	Ma świadomość znaczenia mediów w wymiarze lokalnym i globalnym.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym i globalnym.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	G. Świerk, Ł. Madurski, Multimedia: obróbka dźwięku i filmów, Gliwice 2004.			
2	Jan van Dijk, Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci, Warszawa, 2010 / wybrane fragmenty			
Uzupełniająca				
1	A. Wieczorkowska, Multimedia: podstawy teoretyczne i zastosowania praktyczne, Warszawa 2008.			
2	Manuel Castells, Społeczność sieci, Warszawa 2008 / wybrane fragmenty.			
3	www.2msystem.pl/tworzenie_prezentacji_multimedialnych.htm			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Zarządzanie strategią reklamową		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z zasadami i technikami zarządzania w jednostkach organizacyjnych, stricte reklamowych oraz kształtowanie umiejętności studentów w zakresie stosowania metod i narzędzi zarządzania strategicznego			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Istota i geneza zarządzania strategicznego. Wizja i misja oraz cele strategiczne przedsiębiorstw usługowych.			2 st, 1 nst	
Analiza makrootoczenia i mikrootoczenie.			2 st, 1 nst	
Taktyka zarządzania strategiami reklamowymi. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie zarządzania strategią rynkową w praktyce.			4 st, 3 nst	
Analiza wewnętrzna przedsiębiorstwa. Metody analiz portfelowych.			4 st, 3 nst	
Personel jako integralny instrument zarządzania strategicznego w usługach. Alianse strategiczne.			3 st, 1 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	0	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Morgan, Mark ,Skuteczne wdrażanie strategii, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2010			
2	Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, Gierszewska i Romanowska, wyd. PWE, Warszawa 2013 r.			
Uzupełniająca				
1	Bralczyk J., <i>Język na sprzedaż</i> , Gdańsk 2004 .			
2	A. Malarewicz, <i>Konsument a reklama. Studium cywilnoprawne</i> , Warszawa 2009.			
3	J. Woźniczka, <i>Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej</i> , Wrocław 2009.			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Planowanie kampanii reklamowej - projekt		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Przedstawienie teorii, terminologii i koncepcji dotyczących planowania oraz realizacji kampanii reklamowych oraz technikami odgrywającymi kluczowe znaczenie w realizacji kampaniach reklamowych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Zna podstawowe strategie reklamowe i elementy marketingu mix			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W02 K_W03	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	K_U01 K_U02 K_U03	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K02 K_K03	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Historia i filozofia kampanii reklamowych –od fenickiego straganu do Burger Kinga. Różnice międzykulturowe i trendy w kampaniach reklamowych.			4 st, 3 nst	
Tworzenie kampanii reklamowej od kuchni.			10 st, 6 nst	
Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - projektowanie na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.			10 st, 6 nst	
Prezentacja projektów kampanii reklamowej			6 st, 3 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K. Kreatywna reklama. Warszawa 2007, wyd. PWN, Gębski, Józef. Skuteczna kampania reklamowa, Wydano: Instytut Socjalny Gospodarki , 1992			
2	Heath, Robert, Reklama. Wydano: Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psycholo , 2008			
Uzupelniajaca				
1	M. Pańczyk, Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej, wyd. eMPi2, 2017			
2	M. Pańczyk , Marketing w działalności agencji reklamowej, wyd. eMPi2, 2015			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Planowanie funkcjonowania agencji reklamowej - projekt		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami współpracy w agencjach reklamowych, mediowych i badawczych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W02 K_W03
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.		
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
Umiejętności			
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.		K_U01 K_U02 K_U03
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K02 K_K03
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.		
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		

TREŚCI PROGRAMOWE				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Rynek reklamy internetowej. Kanały komunikacji w internecie – rodzaje i koncepcje klasyfikacji. Rodzaje i klasyfikacja podmiotów związanych z rynkiem reklamy w Internecie.			4 st, 3 nst	
Zakładanie działalności krok po kroku - stworzenie agencji reklamowej Współpraca z agencją - podstawowe zagadnienia .Mechanika działania łańcuch reklamodawca - agencja - wydawca.			10 st, 6 nst	
Ocena efektywności reklamy. Modele oddziaływania reklamy i ich analiza - ćwiczenia praktyczne			6 st, 3 nst	
Planowanie i realizacja kampanii informacyjnych i promocyjnych za pośrednictwem agencji reklamowych. Zaprojektowanie wybranej kampanii informacyjno-promocyjnej.			8 st, 5 nst	
Personel jako integralny instrument funkcjonowania agencji reklamowej.			2 st, 1 nst	
RAZEM		0	30 st, 18 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		70%	20%	10%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja) zorientowaną na zastosowania praktyczne.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
W3	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U1	Wyszukuje, analizuje, ocenia, selekcjonuje i dokumentuje informacje związane z kulturą i mediami z wykorzystaniem różnych technik ich pozyskiwania.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U2	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
U3	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty związane z sferą działalności kulturalnej i medialnej.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Potrafi kierować małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty jego pracy.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
K3	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
OBciążENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	30	18	
2	Praca własna studenta	70	82	
Suma		100	100	
ECTS		4	4	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Burtenshaw K. Kreatywna reklama. Warszawa 2007			
2	Janiszewska, Karolina. Wiedza o reklamie, Wydano: Warszawa : "ParkEdukacja" , 2009			
Uzupełniająca				
1	Sutherland, Max.Reklama a umysł konsumenta, Wydano: Warszawa : PWN , 2003			
2	Gębski, Józef. Skuteczna kampania reklamowa, Wydano: Instytut Socjalny Gospodarki , 1992			
3	M. Pańczyk, Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej, wyd. eMPi2, 2017			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Corel - warsztat obsługi programu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literacką. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.	K_W01 K_W03 K_W05 K_W07	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	K_U02 K_U06 K_U13 K_K07	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	K_K01 K_K03 K_K07	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Photoshop). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			2 st, 1 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			5 st, 3 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			5 st, 3 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			3 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
2	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
3	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
4	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu (modułu)	Photoshop - warsztat obsługi programu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Public Relations, Social Media i reklama
Moduł kształcenia	Specjalnościowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
Razem	30	Razem	30
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka programów graficznych oraz ich wykorzystywanie w zadaniach projektowych, tworzenie komunikatów wizualnych z wykorzystaniem obrazu, znaku, koloru lub ilustracji w połączeniu z odpowiadającą im treścią literniczą. Umiejętne wykorzystywanie kompozycji, koloru, faktury oraz struktur itp. w celu budowania czytelnych i atrakcyjnych wizualnie komunikatów, nadawanie pracom w świadomy sposób indywidualnego charakteru, przyswajanie pojęć i fachowych terminów związanych z tematyką przedmiotu,			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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.		K_W01 K_W03 K_W05 K_W07
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.		
W4	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.		
Umiejętności			
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.		K_U02 K_U06 K_U13 K_K07
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.		
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.		
Kompetencje społeczne			
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.		K_K01 K_K03 K_K07
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.		
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)				
STUDIA STACJONARNE/NIESTACJONARNE				
Temat		Liczba godzin		
		W	C	L/P
Budowanie rysunków, kształtów i elementów graficznych takich jak znak lub symbol za pomocą programów graficznych (CorelDraw/Adobe Photoshop). Praca z wykorzystaniem podstawowych narzędzi linii wektorowych, węzłów i kształtów			2 st, 1 nst	
Projekt okładki na wybrany temat wykonany przy użyciu programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) łączący elementy tekstu, obrazu oraz kształtu, dopasowany do formatu nośnika. Nauka skojarzeń, metafor i transformacji wybranych tesli w procesie projektowograficznym.			5 st, 3 nst	
Opracowanie i tworzenie znaku graficznego - logo za pomocą programu wektorowego (CorelDraw/Adobe Photoshop) oraz dalsze jego wykorzystanie w serii materiałów promocyjnych (wizytówka, papier, teczka itp). Umiejętność tworzenia spójnych i czytelnych komunikatów za pomocą znaku graficznego.			5 st, 3 nst	
Projekt plakatu na wybrany temat wykonanego przy użyciu programów graficznych (Adobe Photoshop/CorelDraw) z wykorzystaniem materiałów fotograficznych, skanów i rysunków.			3 st, 2 nst	
RAZEM		0	15 st, 9 nst	0
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Kod	Opis	Egzamin/ Prace kontrolne	Projekty	Aktywność na zajęciach
		10%	70%	20%
W1	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W2	Zna elementarną terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W3	Ma podstawową wiedzę na temat systemów komunikacyjnych; zna i rozumie rolę komunikacji medialnej we współczesnej kulturze.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
W4	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.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U1	Samodzielnie zdobywa i interpretuje wiedzę związaną ze studiowanymi dziedzinami nauki.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U2	Krytycznie ocenia sposób realizacji projektu, potrafi prognozować praktyczne skutki procesów i zjawisk kulturalnych i medialnych, także własnych.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
U3	Porozumiewa się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K1	Potrafi pracować w zespole przyjmując w nim różne role, efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia stopień jej zaawansowania.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K2	Rozumie konieczność samodoskonalenia w obszarze wiedzy wyznaczonym przez przedmiot.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
K3	Ma świadomość swojej wiedzy, swoich umiejętności oraz kompetencji społecznych, potrafi je zastosować do osiągnięcia złożonych celów.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA				
		Stacjonarne	Niestacjonarne	
1	Godziny zajęć dydaktycznych zgodnie z planem studiów	15	9	
2	Praca własna studenta	15	21	
Suma		30	30	
ECTS		1	1	
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Twemlow Alice, „Czemu służy grafika użytkowa”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
2	Zeegen L., „Twórcze ilustrowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
3	H.P. Willberg, F. Forssman, „Pierwsza pomoc w typografii”, Gdańsk 2006			
4	Q. Newark, „Design i Grafika dzisiaj, Podręcznik grafiki użytkowej”, ABE Dom wydawniczy, 2006			
5	Burtenshaw K., Mahon N., Barfoot C., „Kreatywna reklama”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			
Uzupełniająca				
1	Ambrose G., Harris P., „Twórcze projektowanie”, Wydawnictwo naukowe PWN, Warszawa 2007			