

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOTCIE			
Nazwa przedmiotu	SZKOLENIE BIBLIOTECZNE		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
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	1	Ćwiczenia	1
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	1	Razem	1
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	1	Razem	1
ECTS		ECTS	
CEL PRZEDMIOTU			
Organizacja 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 UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie metody, narzędzia i techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach i komunikacji społecznej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, szczególnie technologie informacyjne, pozwalające opisywać wybrane struktury i instytucje społeczne oraz zachodzące w nich zmiany.	K_W10	
W2	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć požądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1			
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	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.		1	
RAZEM	0	1	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	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.		1	
RAZEM	0	1	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Wykład z wykorzystaniem multimediów (prezentacja, strony www bibliotek, bazy danych, e-źródła, itp.).			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Obecność na szkoleniu bibliotecznym, aktywność podczas zajęć			
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	Szkolenie BHP		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
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	4	Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	4	Razem	4
Praca własna studenta		Praca własna studenta	
Razem	4	Razem	4
ECTS		ECTS	
CEL PRZEDMIOTU			
Znajomościem 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	Zna i rozumie regulacje dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym w instytucjach związanych z kulturą, mediami, promocją i reklamą.		K_W14
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
U3			
Kompetencje społeczne			
K1			
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
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	0	4	0
STUDIA 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	0	4	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Wykład przy użyciu elementów multimedialnych.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
aktywność			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Aktualne akty prawne (w tym Kodeks pracy, regulaminy, akty wewnętrzne Uczelnie).		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.	K_U14	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (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
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
aktywność na zajęciach			
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		
Uzupelniajaca			
1	Wychowanie fizyczne, sport dzieci i młodzieży, Bydgoszcz 2005		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Posiadanie predyspozycji w komunikacji interpersonalnej, kreatywna i otwarta postawa uczestnika zajęć. Ogólna sprawność fizyczna			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (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	
Kregle, Nordic walking		4	
Zajęcia na Hali Sportowej Chrobry Głogów		2	
RAZEM	0	30	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
aktywność na zajęciach			
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.		
Uzupelniajaca			
1	Trening sportowy II, planowanie-kontrola-sterowanie. Oświęcim 2016		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	I	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
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 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			
Wiedza ogólna z zakresu WoS szkoła średnia			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.		K_W13
W2	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.		K_W15
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.		K_U05
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie własności intelektualnej.		2	
Definicje głównych rodzajów praw własności intelektualnej.		2	
Akty prawne regulujące prawo własności intelektualnej.		2	
Prawo autorskie.		3	
Ochrona wizerunku.		2	
Dozwolony użytek własny i prawo cytatu.		2	
Wybrane zagadnienia z zakresu ochrony patentowej i zapobiegania nieuczciwej konkurencji.		2	
RAZEM		15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie własności intelektualnej.		1	
Definicje głównych rodzajów praw własności intelektualnej.		1	
Akty prawne regulujące prawo własności intelektualnej.		2	
Prawo autorskie.		2	
Ochrona wizerunku.		1	
Dozwolony użytek własny i prawo cytatu.		1	
Wybrane zagadnienia z zakresu ochrony patentowej i zapobiegania nieuczciwej konkurencji.		1	
RAZEM	0	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Wykład multimedialny Prezentacje z wykładu Akty prawne z zakresu prawa autorskiego, patentowego i zapobiegania nieuczciwej konkurencji			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Test jednokrotnego wyboru ABCD, 50-100 pytań z zakresu prawa autorskiego, patentowego i zapobiegania nieuczciwej konkurencji 50% poprawnych odpowiedzi na ocenę dostateczną 70% poprawnych odpowiedzi na ocenę dobrą 90% poprawnych odpowiedzi na ocenę bardzo dobrą			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Golat R., <i>Prawo autorskie i prawa pokrewne</i> , Warszawa 2008.		
2	Kuleszyński Z. red., <i>Własność intelektualna źródłem kapitału przedsiębiorcy: kompendium wiedzy</i> , Kielce 2010.		
Uzupelniajaca			
1	Tomczyk S., <i>Artyści wykonawcy - prawa i ich ochrona</i> , Warszawa 2008.		
2	Załucki M. red., <i>Prawo własności intelektualnej. Repetytorium</i> , Warszawa 2010.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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			
Brak wymagań			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie metody, narzędzia i techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach i komunikacji społecznej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, szczególnie technologie informacyjne, pozwalające opisywać wybrane struktury i instytucje społeczne oraz zachodzące w nich zmiany.	K_W10	
Umiejętności			
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawy obsługi systemu komputerowego i wykorzystania Internetu. Wprowadzenie do użytkowania uczelnianej platformy e-learningowej.		4	
Tworzenie dokumentacji elektronicznej za pomocą edytora tekstów.		8	
Narzędzia technologii informacyjnej wspierające prezentowanie danych w formie multimedialnej.		6	
Wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego jako narzędzia wspierającego analizę danych i wizualizację wyników.		6	
Podstawy publikacji treści w sieci Internet za pomocą narzędzi technologii informacyjnej.		6	
RAZEM		30	

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawy obsługi systemu komputerowego i wykorzystania Internetu. Wprowadzenie do użytkowania uczelnianej platformy e-learningowej.		2	
Tworzenie dokumentacji elektronicznej za pomocą edytora tekstów.		4	
Narzędzia technologii informacyjnej wspierające prezentowanie danych w formie multimedialnej.		4	
Wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego jako narzędzia wspierającego analizę danych i wizualizację wyników.		4	
Podstawy publikacji treści w sieci Internet za pomocą narzędzi technologii informacyjnej.		4	
RAZEM		18	

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Materiały dydaktyczne w postaci instrukcji i pomocy udostępnianych za pomocą platformy e-learningowej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ćwiczenia wykonywane na zajęciach. Publikacje w wersji elektronicznej.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | Technologie internetowe / Magdalena Kaliszewska, Tomasz Piecukiewicz, Aneta Sobczak, Krzysztof Stencel. - Warszawa: PIWSTK, 2007. |
| 2 | Piotr Wróblewski: MS Office 2007 PL w biurze i nie tylko, Helion 2007 |

Uzupełniająca

- | | |
|---|---|
| 1 | Danuta Mendrala, Marcin Szeliga: ABC systemu Windows XP PL, Helion 2006 |
|---|---|

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	SAVOIR-VIVRE		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	STUDIA I STPONIA	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	NOWE MEDIA	Specjalność	NIE DOTYCZY
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	18
Laboratorium		Laboratorium	
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 praktycznej na temat zachowania się w różnych sytuacjach zawodowych/towarzyskich.			
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	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
Umiejętności			
U1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14	
U3	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Co znaczy savoir-vivre? Etymologia i znaczenie.		1	
Rola savoir-vivre w życiu towarzyskim i zawodowym.		1	
Pierwszy kontakt i jego rola. Efekt pierwszego wrażenia w kontaktach towarzyskich i zawodowych.		4	
Wygląd zewnętrzny. Kształtowanie estetyki i smaku.		2	
Zasady dotyczące witania się, żegnania, przedstawiania i przechodzenia na „ty”, obowiązujące zarówno na gruncie służbowym, jak i prywatnym.		2	
Kultura słowa i gestu (mowa werbalna i niewerbalna).		2	
Sztuka prowadzenia konwersacji.		4	
Savoir-vivre w mediach tradycyjnych i społecznościowych. Netykieta w sieci.		4	
Spotkania biznesowe, seminarium, konferencje (również prasowe).		2	
Korespondencja tradycyjna i elektroniczna.		2	
Podróże i wyjazdy służbowe, w tym delegacje. Elementy międzynarodowego savoir-vivre.		2	
Kwiaty, upominki, prezenty w kontaktach zawodowych.		2	
Faux pas - jak wybrnąć z trudnej sytuacji?		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Co znaczy savoir-vivre? Etymologia i znaczenie.		1	
Rola savoir-vivre w życiu towarzyskim i zawodowym.		1	
Pierwszy kontakt i jego rola. Efekt pierwszego wrażenia w kontaktach towarzyskich i zawodowych.		3	
Wygląd zewnętrzny. Kształtowanie estetyki i smaku.		1	
Zasady dotyczące witania się, żegnania, przedstawiania i przechodzenia na „ty”, obowiązujące zarówno na gruncie służbowym, jak i prywatnym.		1	
Kultura słowa i gestu (mowa werbalna i niewerbalna).		1	
Sztuka prowadzenia konwersacji.		3	
Savoir-vivre w mediach tradycyjnych i społecznościowych. Netykieta w sieci.		2	
Spotkania biznesowe, seminarium, konferencje (również prasowe).		1	
Korespondencja tradycyjna i elektroniczna.		1	
Podróże i wyjazdy służbowe, w tym delegacje. Elementy międzynarodowego savoir-vivre.		1	
Kwiaty, upominki, prezenty w kontaktach zawodowych.		1	
Faux pas - jak wybrnąć z trudnej sytuacji?		1	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Kamera, dyktafon cyfrowy, aparat fotograficzny, fotografie, prezentacje multimedialne, audio/video.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Kolokwium zaliczeniowe w postaci praktycznej: audio/video, fotografia + omówienie przez studentów.

LITERATURA

Podstawowa

1	Savoir-vivre: podręcznik dobrych manier / Ewa Sawicka. - Wyd. 2. - Warszawa: PWN, 2009.
2	Savoir-vivre w biznesie: nowoczesne rady na miarę XXI wieku / Ann Marie Sabath ; przekł. Małgorzata Strzelec, Lech Z. Żołędziowski. - Wyd. 2. - Warszawa: "Amber", 2004.

Uzupelniajaca

1	Savoir-vivre: na co dzień i od święta / Elżbieta Młynarczyk. - Białystok: Printex, 2010.
2	Protokół dyplomatyczny, etykieta i zasady savoir-vivre'u / Joanna Modrzyńska. - Wyd. 2. poszerz. - Warszawa: Wolters Kluwer, 2016.
3	Nowy savoir-vivre: życie towarzyskie i domowe / Tadeusz Rojek. - Wyd. 4. - Warszawa: Wydawnictwo "Książka i Wiedza", 2006.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Język angielski I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	angielski
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
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2

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 angielskiej.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

A. Poziom B1. B. Wstępna wiedza z j. angielskiego na poziomie szkoły średniej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.	K_W04
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	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
Questions and Answers.		5	
It's a mystery.		5	
Colloquial English. Talking about getting a job.		5	
Doctor! Doctor!		5	
Act your age!		5	
Fasten your seatbelts.		5	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Questions and Answers.		2	
It's a mystery.		2	
Colloquial English. Talking about getting a job.		2	
Doctor! Doctor!		4	
Act your age!		4	
Fasten your seatbelts.		4	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimedialnych i platform edukacyjnych Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet, aplikacje			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
<p>Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk.</p> <p>Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.</p> <p>Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.</p> <p>Ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego</p> <p>Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.</p> <p>Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu.</p> <p>Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w dziedzinach powiązanych z działalnością medialną, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzinnym i obcym.</p>			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020		
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020		
3			
Uzupelniajaca			
1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.		
2	English Matters - periodyk.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Język angielski II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	angielski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Laboratorium		Laboratorium	
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 angielskiej.			
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	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	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
A really good ending?		5	
Colloquial English. Talking about books.		5	
A stormy weather.		5	
A risky business.		5	
I'm a survivor.		5	
Wish you were here.		5	
Colloquial English. Talking about waste.		5	
Night Night.		5	
Music to my ears.		5	
Let's not argue.		5	
It's all in an act.		5	
Colloquial English. Talking about performances.		5	
RAZEM	0	60	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
A really good ending?		3	
Colloquial English. Talking about books.		3	
A stormy weather.		3	
A risky business.		3	
I'm a survivor.		3	
Wish you were here.		3	
Colloquial English. Talking about waste.		2	
Night Night.		3	
Music to my ears.		3	
Let's not argue.		4	
It's all in an act.		4	
Colloquial English. Talking about performances.		2	
RAZEM	0	36	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimediów i platform edukacyjnych
Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet, aplikacje

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk.

Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.

Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.

Ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego

Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.

Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu.

Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w dziedzinach powiązanych z działalnością medialną, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym.

LITERATURA

Podstawowa

1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020
3	

Uzupelniajaca

1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.
2	English Matters - periodyk.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Język angielski III		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	angielski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2
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 angielskiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Język angielski II. B. Wiedza na poziomie B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	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
Cutting Crime.		5	
Fake News.		5	
Good Business.		5	
Super Cities.		5	
Science Fact. Science-Fiction.		5	
Free Speech. Articles.		5	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Cutting Crime.		2	
Fake News.		5	
Good Business.		2	
Super Cities.		2	
Science Fact. Science-Fiction.		2	
Free Speech. Articles.		5	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimediów i platform edukacyjnych
 Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet, aplikacje

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk.
 Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.
 Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii.
 Ma umiejętności językowe zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
 Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.
 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu.
 Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w dziedzinach powiązanych z działalnością medialną, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym.

LITERATURA

Podstawowa

1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020
3	

Uzupelniajaca

1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.
2	English Matters - periodyk.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	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
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2
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 niemieckiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Poziom B1 B. Wstępna wiedza z j. niemieckiego na poziomie szkoły średniej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	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
Neue und traditionelle Medien.		10	
Das ist eine lange Geschichte. Große Geschichte. Einer schreibt Geschichte. Unglaubliche Geschichten.		5	
Tatütata. Unfälle. überfälle. Zwischenfälle.		5	
Radio Satellitenfernsehen Printmedien (Bücher, Zeitschriften)		10	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Neue und traditionelle Medien.		6	
Das ist eine lange Geschichte. Große Geschichte. Einer schreibt Geschichte. Unglaubliche Geschichten.		3	
Tatütata. Unfälle. Überfälle. Zwischenfälle.		3	
Radio Satellitenfernsehen Printmedien (Bücher, Zeitschriften)		6	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimediów i platform edukacyjnych
Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk, a w szczególności o dyscyplinie finanse i jej powiązaniach z innymi dyscyplinami
Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
Ma umiejętności językowe w zakresie finansów i rachunkowości, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie
Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu
Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w zakresie finansów i rachunkowości oraz dziedzinach powiązanych, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym

LITERATURA

Podstawowa

1 | 2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Niemiecki
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	60	Ćwiczenia	36
Laboratorium		Laboratorium	
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 niemieckiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Język niemiecki I B. Wiedza na poziomie B1/B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.	K_W04	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08	
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	

TREŚCI KSZTALCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Leben in der Fremde. Warum ins Ausland? Alles ist anders. Ankommen.		5	
Deutschlandbilder. Stereotype/Vorurteile. Bilder von eigenen Land. Gesten. Smalltalk.		5	
Die Welt im Jahr 2070. Meine Zukunft. Das Jahr 2070 - schöne neue Welt. Das Jahr 2070 - Endzeit?		5	
Lebenseinstellungen. Eigene Zukunft. Zukunftsbilder.		10	
Ackern. Welcher (Neben-)Job passt zu mir? Bewerbungen. Mein Traumjob.		10	
Berufe. Stellenangebote. Bewerbungen. Traumjobs.		10	
Sprache betrachten - mit Sprache experimentieren"		5	
Texte erschließen - Texte produzieren		5	
"Ein Thema erarbeiten und präsentieren"		5	
RAZEM	0	60	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Leben in der Fremde. Warum ins Ausland? Alles ist anders. Ankommen.		2	
Deutschlandbilder. Stereotype/Vorurteile. Bilder von eigenen Land. Gesten. Smalltalk.		6	
Die Welt im Jahr 2070. Meine Zukunft. Das Jahr 2070 - schöne neue Welt. Das Jahr 2070 - Endzeit?		6	
Lebenseinstellungen. Eigene Zukunft. Zukunftsbilder.		2	
Ackern. Welcher (Neben-)Job passt zu mir? Bewerbungen. Mein Traumjob.		2	
Berufe. Stellenangebote. Bewerbungen. Traumjobs.		6	
Sprache betrachten - mit Sprache experimentieren		6	
Texte erschließen - Texte produzieren		3	
"Ein Thema erarbeiten und präsentieren"		3	
RAZEM	0	36	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimedialnych i platform edukacyjnych
 Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk, a w szczególności o dyscyplinie finanse i jej powiązaniach z innymi dyscyplinami
 Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
 Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
 Ma umiejętności językowe w zakresie finansów i rachunkowości, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
 Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie
 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu
 Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w zakresie finansów i rachunkowości oraz dziedzinach powiązanych, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym

LITERATURA

Podstawowa

1	2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk
2	Auswahl von Fachtexten

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Język niemiecki III		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Językowy	Język wykładowy	Niemiecki
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2
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 niemieckiej.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
A. Język niemiecki II B. Wiedza na poziomie B2			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W2	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	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
Irgendwas mit Medien. Medien früher - Medien heute. Medien in der Freizeit. Gefahren durch Medien.		5	
Von Kindern, Männern und Frauen. Erziehung ist.. Rosa und Blau. Geschlechterrollen. Alles nur Panikmache?. Sorgen und Angste. Umweltschutz.		5	
Auf dem Weg zum virtuellen Klassenzimmer? Deutschdidaktik im Zeichen der Medialisierung		10	
Lernen in Zeiten des Internet. Neue Medien im Fach Deutsch		10	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Irgendwas mit Medien. Medien früher - Medien heute. Medien in der Freizeit. Gefahren durch Medien.		6	
Von Kindern, Männern und Frauen. Erziehung ist.. Rosa und Blau. Geschlechterrollen. Alles nur Panikmache?. Sorgen und Angste. Umweltschutz.		2	
Auf dem Weg zum virtuellen Klassenzimmer? Deutschdidaktik im Zeichen der Medialisierung		5	
Lernen in Zeiten des Internet. Neue Medien im Fach Deutsch		5	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimediów i platform edukacyjnych
 Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotę nauk społecznych, ich miejsce w systemie nauk i relacjach do innych nauk, a w szczególności o dyscyplinie finanse i jej powiązaniach z innymi dyscyplinami
 Posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
 Posiada umiejętność przygotowania wystąpień ustnych, w języku polskim i języku obcym, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł i nowoczesnych technologii
 Ma umiejętności językowe w zakresie finansów i rachunkowości, zgodne z wymaganiami określonymi dla poziomu B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
 Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie
 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, potrafi rozwiązywać problemy z zakresu nowych mediów w ramach zespołu
 Potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności i kompetencje w zakresie finansów i rachunkowości oraz dziedzinach powiązanych, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym

LITERATURA

Podstawowa

1	2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk
2	Auswahl von Fachtexten

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Wprowadzenie do problematyki nowych mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	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	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
W3	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
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 używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Definiowanie nowych mediów. Na czym polega nowość? Podział mediów	1	1	
Kompetencje medialne współczesnego człowieka w dobie Internetu 2.0. Nowy wymiar komunikacji	1	1	
Słownik nowych mediów	2	2	
Prekursorzy, filozofowie, przedstawiciele i wizjonerzy nowych mediów	2		
Język nowych mediów według Lva Manovicha	1	2	
Nowe media w kulturze [teatr, opera, film, muzyka, sztuka].	2	2	
Sztuka nowych mediów, literatura cyfrowa	2	3	
Odmiany interaktywności. Multimedialność a intermedialność	1	1	
Teleobecność. Tożsamość w zmediatyzowanym świecie.	1	1	
Media społecznościowe - typologia, problematyka, wpływ na przemiany kulturowe	1	1	
Nowe media - kierunki rozwoju i transformacji	1	1	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Definiowanie nowych mediów. Na czym polega nowość? Podział mediów	1		
Kompetencje medialne współczesnego człowieka w dobie Internetu 2.0. Nowy wymiar komunikacji	1		
Słownik nowych mediów		2	
Prekursorzy, filozofowie, przedstawiciele i wizjonerzy nowych mediów	1		
Język nowych mediów według Lva Manovicha	1	1	
Nowe media w kulturze [teatr, opera, film, muzyka, sztuka].		2	
Sztuka nowych mediów, literatura cyfrowa	1	1	
Odmiany interaktywności. Multimedialność a intermedialność	1	1	
Teleobecność. Tożsamość w zmediatyzowanym świecie.	1	1	
Media społecznościowe - typologia, problematyka, wpływ na przemiany kulturowe	1	1	
Nowe media - kierunki rozwoju i transformacji	1		
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, wi-fi, filmy, publikacje, prezentacje multimedialne, wykład, dyskusja

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność podczas zajęć, zadanie: przygotowanie prezentacji multimedialnej; egzamin - pisemny z wiedzy.

LITERATURA

Podstawowa

- | | |
|---|--|
| 1 | M. Filiciak, A. Tarkowski, Dwa zero. Alfabet nowej kultury i inne teksty, Warszawa 2014. |
| 2 | Manovich L., Język nowych mediów, przeł. P. Cypriński, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006. |
| 3 | Nowe media: wyzwania i ograniczenia, red. T. Gackowski, Warszawa 2013. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|--|
| 1 | Nowe media i komunikowanie wizualne, red. P. Francuz, S. Jędrzejewski, Lublin 2010. |
| 2 | B. Bodzioch-Bryła, L. Dorak-Wojakowska i inni, Przepływy, protezy, przedłużenia... Przemiany kultury polskiej pod wpływem nowych mediów po 1989 roku, Kraków 2015. |
| 3 | J. Baudrillard, Symulakry i symulacja, Warszawa 2005. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	WYBRANE ZAGADNIENIA Z FILOZOFII		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	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	30	Wykład	18
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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 przedstawienie podstawowych zagadnień i terminów filozoficznych, dzieł tej dyscypliny naukowej (od starożytności do postmodernizmu) wraz z najważniejszymi aporiami (problematykami) filozoficznymi. Szczególnie antropologia filozoficzna i etyka oraz epistemologia wydają się być ważne w refleksji na istotą i zadaniami teorii komunikacji medialnej i społecznej. W konsekwencji pozwalają ona nie tylko lepiej zrozumieć współczesny "świat" mediów, ale także przeciwdziałać płynącym z niego zagrożeniom.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Brak podstawowych wymagań.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
W3	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
Umiejętności		
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	Potrąfi 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
U3	Potrąfi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	K_U05
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	K_K04
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Wprowadzenie: filozofia jako nauka, jej najważniejsze dyscypliny. Filozofia a światopogląd. Filozofia a ideologia/ utopia. Filozofia mediów.	1		
2. "Klucze" filozofii - najważniejsze terminy filozoficzne. Konsekwencje ich znaczeń na gruncie filozofii mediów.	4		
3. Filozofia człowieka (od Platona/orfizmu do postmodernizmu) - zarys problematyki.	6		
4. Człowiek i jego poznanie.	6		
5. Etyka - filozofia działania i jej najważniejsze problemy - wolność, odpowiedzialność, tolerancja, ocena moralna.	6		
6. Media - filozofia relacji i komunikacji.	6		
7. Wnioski końcowe.	1		
RAZEM	30		
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Wprowadzenie: filozofia jako nauka, jej najważniejsze dyscypliny. Filozofia a światopogląd. Filozofia a ideologia/ utopia. Filozofia mediów.	1		
2. "Klucze" filozofii - najważniejsze terminy filozoficzne. Konsekwencje ich znaczeń na gruncie filozofii mediów.	2		
3. Filozofia człowieka (od Platona/orfizmu do postmodernizmu) - zarys problematyki.	3		
4. Człowiek i jego poznanie.	4		
5. Etyka - filozofia działania i jej najważniejsze problemy - wolność, odpowiedzialność, tolerancja, ocena moralna.	4		
6. Media - filozofia relacji i komunikacji.	3		
7. Wnioski końcowe.	1		
RAZEM	18		
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Tablica, rzutnik multimedialny. Dialog dydaktyczny, prezentacja multimedialna, wybrane fragmenty literatury fachowej i pięknej i inne. Konsultacje.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Egzamin w formie ustnej.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Historia filozofii i etyki do współczesności: źródła i komentarze / Włodzimierz Tyburski, Andrzej Wachowiak, Ryszard Wiśniewski. - Wyd. 3 popr. i uźnup. - Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa "Dom Organizatora", 2002.		
2	Tatarakiewicz W., Historia filozofii, t. 1-3, Warszawa 2005.		
Uzupełniająca			
1	Anzenbacher A., Wprowadzenie do filozofii, Kraków 2018.		
2	Jan Paweł Hudzik, <i>Wykłady z filozofii mediów</i> , Warszawa 2017.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	WIEDZA O KULTURZE I SZTUCE WSPÓŁCZESNEJ		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	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
Laboratorium		Laboratorium	
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 pojęciami obecnymi w naukach o kulturze i sztuce, oraz tradycją naukowej refleksji nad kulturą i społeczeństwem. Uwrażliwienie na zagadnienie kontekstu społeczno-kulturowego i na zagadnienie roli kultury i sztuki w życiu codziennym, jej mechanizmach kształtujących sposoby myślenia, działania, komunikowania, zachowywania się. Zapoznanie z najnowszymi trendami sztuki nowych mediów, analiza ich wpływu na współczesną kulturę.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu historii, kultury, sztuki, wiedzy o społeczeństwie, języka polskiego, geografii w zakresie szkoły średniej

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	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
W2	Zna i rozumie metody, narzędzia i techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach i komunikacji społecznej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, szczególnie technologie informacyjne, pozwalające opisywać wybrane struktury i instytucje społeczne oraz zachodzące w nich zmiany.	K_W10
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcę kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	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
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 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
K2	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	K_K04
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
Wprowadzenie podstawowych pojęć: kultura, natura, cywilizacja, kultura materialna, społeczna, duchowa.	1	1	
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.	1	1	
„Swoj-obej”, „centrum-peryferie”, etnocentryzm i relatywizm kulturowy. Rola wyobrażeń kulturowych w życiu codziennym. Analizowanie odmiennych wzorów kulturowych przez pryzmat pojęć.	1	1	
Kultura jako sposób istnienia człowieka. Człowiek tworzy kulturę. Kultura tworzy człowieka. Rola ideologii (kultury, religii) w życiu jednostki i społeczeństwa. Kontekst współczesności	2	2	
Nowe media i ich wpływ na przemiany kulturowe	2	2	
Podstawy analizy dzieła sztuki plastycznych. dzieło sztuki jako „przekaz”. Zalety i wady schematu komunikacyjnego. Wielowarstwowa struktura dzieła sztuki	1	1	
Forma a treść dzieła sztuki.	1	1	
Status ontyczny dzieła sztuki. Dzieło plastyczne w kontekście innych dziedzin sztuki – powinowactwa i różnice.	1	1	
Współczesne próby definiowania sztuki. Co jeszcze jest sztuką?	1	1	
Sztuka cyfrowej komunikacji i cyfrowych społeczności.	2	2	
Sztuka hybrydyczna, immersyjna, bioart.	1	1	
Net Art i Software Art.	1	1	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Wprowadzenie podstawowych pojęć: kultura, natura, cywilizacja, kultura materialna, społeczna, duchowa.	1		
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.	1	1	
„Swoj-obej”, „centrum-peryferie”, etnocentryzm i relatywizm kulturowy. Rola wyobrażeń kulturowych w życiu codziennym. Analizowanie odmiennych wzorów kulturowych przez pryzmat pojęć.	1	1	
Kultura jako sposób istnienia człowieka. Człowiek tworzy kulturę. Kultura tworzy człowieka. Rola ideologii (kultury, religii) w życiu jednostki i społeczeństwa. Kontekst współczesności	1	1	
Nowe media i ich wpływ na przemiany kulturowe	1	1	
Podstawy analizy dzieła sztuki plastycznych. dzieło sztuki jako „przekaz”. Zalety i wady schematu komunikacyjnego. Wielowarstwowa struktura dzieła sztuki	1		
Forma a treść dzieła sztuki.	1	1	
Status ontyczny dzieła sztuki. Dzieło plastyczne w kontekście innych dziedzin sztuki – powinowactwa i różnice.	1		
Współczesne próby definiowania sztuki. Co jeszcze jest sztuką?	1	1	
Sztuka cyfrowej komunikacji i cyfrowych społeczności.		1	
Sztuka hybrydyczna, immersyjna, bioart.		1	
Net Art i Software Art.		1	
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, wi-fi, prezentacje multimedialne, filmy, dyskusja, analiza, wykład, w planie - wyjazd na wystawę sztuki współczesnej

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Kołokwium z wiedzy; prezentacja ukazująca współczesne osiągnięcia kultury i sztuki

LITERATURA

Podstawowa

1	Nowicka E., Świat człowieka, świat kultury, Warszawa 2006.
2	T. Załuski, Sztuki w przestrzeni transmedialnej, Łódź 2010.
3	M. Ożóg, Projektowanie sztuki: sztuka nowych mediów w perspektywie metadesignu, Kultura Współczesna 2009 3 (61) , s. 123-133.

Uzupełniająca

1	R.W. Kluszczyński, Sztuka interaktywna. Od dzieła-instrumentu do interaktywnego spektaklu, Warszawa 2010.
2	Sztuki wizualne jako nośniki ideologii, red. M. Lisiecki, Toruń 2009.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Etyka w mediach		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	Podstawowy	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		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			
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 etyka próbuje analizować.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe umiejętności z zakresu filozofii: znajomość najważniejszych kierunków i szkół oraz terminologii filozoficznej w nich używanych.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.	K_W13	
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16	
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrąfi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	K_U05	
U3	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wprowadzenie: etyka, moralność, etologia, aksjologia. Różnice między etyką a prawem i obyczajem.	2		
Najważniejsze szkoły etyczne od Sokratesa do postmodernizmu.	6		
Zagadnienie osobowych relacji, godności, tolerancji, wolności.	2		
Ocena dobra moralnego.	2		
Elementy etyki zawodowej, etyka dziennikarska.	3		
RAZEM	15	0	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wprowadzenie: etyka, moralność, etologia, aksjologia. Różnice między etyką a prawem i obyczajem.	1		
Najważniejsze szkoły etyczne od Sokratesa do postmodernizmu.	4		
Zagadnienie osobowych relacji, godności, tolerancji, wolności.	1		
Ocena dobra moralnego.	1		
Elementy etyki zawodowej, etyka dziennikarska.	2		
RAZEM	9	0	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Wykład multimedialny Prezentacje z wykładu			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Lista pytań z zakresu materiału (20-30 pytań szczegółowych) Odpowiedzi ustne z 2-3 losowych pytań z listy Pytania dodatkowe sprawdzające umiejętność logicznego wnioskowania i łączenia faktów, ogólną znajomość historii etyki			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	MacIntyre A., <i>Krótką historia etyki</i> , Warszawa 2000.		
2	Ślipko T., <i>Historia etyki</i> , Kraków 2009.		
Uzupelniajaca			
1	Podrez E., <i>W kręgu dobra i zła. Wybór tekstów klasycznych z etyki od Sokratesa do Kanta</i> , Warszawa 1993.		
2	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	Wprowadzenie do socjologii w Internecie		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	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zapoznanie studentów z subdyscypliną socjologii, jaką jest socjologia Internetu. Przedstawienie fenomenu Internetu jako specyficznej nowej formy sieci technologicznej - sieci w sieci, która dominuje w dzisiejszym świecie. Ponadto kształtowanie perspektywy socjologicznej w rozumieniu i wykorzystaniu Internetu.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawy wiedzy społecznej			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	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	
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11	
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16	

Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_U11	
U3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_U12	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	
TREŚCI KSZTALCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie Internetu z perspektywy socjologicznej. Ważność Internetu.	2		
Geneza Internetu. Kultura Internetu.	2		
Wpływ technologii na społeczeństwo. Zagadnienia bezpieczeństwa w Internecie.	2		
Internet jako sieć technospołeczna. Socjalizacja w sieci.	2		
Usieciowienie kontaktów społecznych. Nowe typy społeczności.	2		
Wpływ Internetu na psychikę ludzi. Nowe uzależnienia Cyber choroby.	2		
Prawo w Internecie. Kwestie własności intelektualnej.	2		
Wojny informacyjne.	1		
RAZEM	15	0	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie Internetu z perspektywy socjologicznej. Ważność Internetu.	2		
Geneza Internetu. Kultura Internetu.	2		
Internet jako sieć technospołeczna. Socjalizacja w sieci.	2		
Wpływ Internetu na psychikę ludzi. Nowe uzależnienia Cyber choroby.	2		
Prawo w Internecie. Kwestie własności intelektualnej.	1		
RAZEM	9	0	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Kolokwium pisemne, aktywność podczas zajęć			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Internet jako nowe dobro wspólne. J. Hofmoki. Warszawa 2009		
2	Społeczeństwo sieci. M. Castells. Warszawa 2012		
3	Trzecia fala. A. Toffler. Poznań 2006.		
Uzupełniająca			
1	Nowe media i wyzwania współczesności. M. Sokołowski. Toruń 2013.		
2	Sfejsowani: jak media społecznościowe wpływają na nasze życie, emocje i relacje z innymi. S. E. Flores. Warszawa 2017.		
3	Zrozumieć socjal media. A. Rogowski. Gliwice 2020.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Teoria komunikacji medialnej i społecznej		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	30	Wykład	18
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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 wykładów jest zapoznanie studentów z teoriami komunikacji medialnej i społecznej			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
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 w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Definicje i podział mediów	4		
Marksistowska teoria mediów i szkoła frankfurcka	2		
Marshall McLuhan: determinizm technologiczny miękki	2		
Derrick de Kerckhove: determinizm technologiczny twardy.	2		
Studia kulturowe – Stuart Hall	2		
Vilém Flusser: gest wideo, obrazy techniczne i społeczeństwo telematyczne.	2		
Jean Baudrillard: agonia rzeczywistości.	2		
Paul Virilio: estetyka prędkości i maszyna widzenia.	2		
Lev Manovich: język nowych mediów.	2		
Filozofia mediów	2		
Estetyka mediów	2		
Socjologia mediów	2		
Psychologia mediów	2		
Antropologia mediów	2		
RAZEM	30	0	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Definicje i podział mediów	2		
Marksistowska teoria mediów i szkoła frankfurcka	2		
Marshall McLuhan: determinizm technologiczny miękki	2		
Derrick de Kerckhove: determinizm technologiczny twardy.	2		
Studia kulturowe – Stuart Hall	1		
Vilém Flusser: gest wideo, obrazy techniczne i społeczeństwo telematyczne.	1		
Jean Baudrillard: agonia rzeczywistości.	1		
Paul Virilio: estetyka prędkości i maszyna widzenia.	1		
Lev Manovich: język nowych mediów.	1		
Filozofia mediów	1		
Estetyka mediów	1		
Socjologia mediów	1		
Psychologia mediów	1		
Antropologia mediów	1		
RAZEM	18	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Sugerowana w sylabusie literatura przedmiotu.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Egzamin ustny

LITERATURA

Podstawowa

1	Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu/ Tadeusz Goban-Klas -Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2005.
2	Teorie mediów, Dietrich Mersch/Ewa Krauss (przeł.) - Warszawa: Wydawnictwo: Sic!, 2010
3	Media i nowoczesność Społeczna teoria mediów/ Thompson John R. - Wrocław, Wydawnictwo: Astrum, 2011

Uzupełniająca

1	Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne/ Bogusławy Dobek-Ostrowskiej (red.) - Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2001.
2	Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Wydanie II / Tomasz Goban-Klas - Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.
3	Homo communicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania/ Marian Filipiak. - Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2003.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Komunikacja wizualna		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	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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

Poprzez wiedzę i wykształcone umiejętności student będzie realizował podstawowe zadania związane z projektowaniem graficznym i konstruowaniem komunikatu wizualnego w sposób indywidualny, kreatywny a jednocześnie otwarty na sygnały osób kooperujących.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Student powinien posiadać umiejętności pozwalające na plastyczny zapis problemów związanych z projektowaniem graficznym (typografia, kompozycja, rysunek, wiedza o kolorze). Podstawowa znajomość programów graficznych do grafiki wektorowej, edycji tekstu i pracy z programami rastrowymi.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
W3	Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
Umiejętności		
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
U3	Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.	
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
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 odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Co to jest projektowanie graficzne.	2		
Kompozycja klasyczna w projektowaniu	2	1	
Kompozycja Gestalt		2	
Co to jest UI i dlaczego to nie to samo co UX	2		
Praca na siatkach. Wielkość i format		2	
Anatomia pisma		2	
Psychologia koloru. Czytelność, kontrast, harmonia	2	2	
Znak a treść. Co to jest dobre LOGO	2	2	
Layout		2	
Język wizualny	2		
Grafika a sztuka	2	1	
Druki informacyjne	1	1	
Zastosowanie fotografii			
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Co to jest projektowanie graficzne.	1		
Kompozycja klasyczna w projektowaniu	1	1	
Kompozycja Gestalt		1	
Co to jest UI i dlaczego to nie to samo co UX	1	1	
Praca na siatkach. Wielkość i format		1	
Anatomia pisma		1	
Psychologia koloru. Czytelność, kontrast, harmonia	1		
Znak a treść. Co to jest dobre LOGO	1	1	
Layout		1	
Język wizualny	1		
Grafika a sztuka	1	1	
Druki informacyjne	1		
Zastosowanie fotografii	1	1	
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Literatura przedmiotu. Programy graficzne z pakietu Adobe, komputer, rzutnik.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Każdy ze studentów oceniany jest indywidualnie, szczególną uwagę zwracając na samodzielność, kreatywność, zaangażowanie i współpracę z prowadzącym. Umiejętność przekazu własnych przemyśleń, umiejętność argumentacji, przedstawienie swoich racji w formie graficznej i werbalnej są składową ogólną oceną studenta. Każdy temat omawiany jest ze studentem w obecności grupy. Jedno z zadań jest działaniem w grupie i grupa jest oceniana równorzędnie. Zaliczenie z oceną po przedstawieniu prac w formie wydruku komputerowego w formacie podanym w temacie ćwiczeń oraz w formie zapisu elektronicznego.

LITERATURA

Podstawowa

1	Heller S., Anatomia projektu / The anatomy of design: współczesne projektowanie graficzne - wpływy i inspiracje, Warszawa 2008
2	Bergström B., Komunikacja wizualna, Warszawa 2009.
3	Wolny-Zmorzyński K. (red.), Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych, Warszawa 2013.

Uzupelniajaca

1	Davin Airey „Logo Design Love” Gliwice 2015
2	David Dabner / Sandra Stewart / Eric Zempol / Abbie Vickress „Szkola projektowania graficznego” Warszawa 2018
3	Josef Mueller-Brockmann „Systemy siatek w projektowaniu graficznym” Kraków 2020

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	ANTROPOLOGIA KULTURY 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

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	15
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	15
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	35
Razem	50	Razem	50
ECTS	2	ECTS	2

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest popedeutyka antropologii i filozofii kultury; uświadomienie studentów wieloaspektowanego rozumienia kultury, praw i zjawisk nimi rządzących oraz wyboru postaw, prowadzących do integranego rozwoju człowieka jako odbiorcy i twórcy kultury, w tym mediów.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu filozofii i socjologii.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
W3	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
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
U3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_U12
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
1. Wprowadzenie: czym są kultura, antropologia i antropologia kultury mediów?	1		
2. Nauki o kulturze i wybrane definicje kultury.	2		
3. Człowiek jako podmiot i twórca kultury.	3		
4. Kultura jako relacja, "medium" (pośrednik).	3		
5. Poła uprawy kultury: prawda, dobra, piękno, sacrum i profanum.	3		
6. Między ideologią i kulturą. Społeczny wymiar kultury.	2		
7. Wnioski końcowe	1		
RAZEM	15		

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
1. Wprowadzenie: czym są kultura, antropologia i antropologia kultury mediów?	1		
2. Nauki o kulturze i wybrane definicje kultury.	1		
3. Człowiek jako podmiot i twórca kultury.	2		
4. Kultura jako relacja, "medium" (pośrednik).	2		
5. Poła uprawy kultury: prawda, dobro, piękno, sacrum i profanum.	1		
6. Między ideologią i kulturą. Społeczny wymiar kultury.	1		
7. Wnioski końcowe.	1		
RAZEM	9		

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Tablica, rzutnik multimedialny. Dialog dydaktyczny, prezentacja multimedialna, wybrane fragmenty literatury fachowej i pięknej i inne. Konsultacje.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Zaliczenie w formie ustnej. Obecność na zajęciach dydaktycznych i aktywność.

LITERATURA

Podstawowa

1	Piotr Jaroszyński, <i>Kultura. Dramat natury i osoby</i> , Lublin 2020.
2	Wojciech Daszkiewicz, <i>Byt – człowiek – kultura. Studium z filozofii kultury</i> , Lublin 2019.
3	Godlewski G., <i>Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów</i> , Warszawa 2005.

Uzupełniająca

1	Mikołaj Krasnodębski, <i>Antropologia edukacji</i> , Głogów 2018 [wybrane fragmenty].
2	<i>Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów</i> , red. Andrzej Mencwel, Warszawa 2005.
3	Michael Herzfeld, <i>Antropologia: praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie</i> , tłum. Maria M. Piechaczek, Kraków 2004.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Historia mediów		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	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			
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych w obszarze historii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu 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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.	K_W04	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Periodyzacja rozwoju mediów.	2		
Początki mediów – historia pisma.	2		
Narodziny druku – rewolucja Gutenberga.	2		
Prasa w rozwoju historycznym.	2		
Powstanie i rozwój telegrafu, radia oraz telefonu.	2		
Od aparatu fotograficznego do pierwszych filmów.	2		
Dzieje telewizji oraz Internetu.	2		
Kolokwium pisemne.	1		
RAZEM	15	0	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Periodyzacja rozwoju mediów i historia pisma.	2		
Narodziny druku – rewolucja Gutenberga, rozwój prasy.	2		
Powstanie i rozwój telegrafu, radia oraz telefonu.	2		
Od aparatu fotograficznego do pierwszych filmów.	2		
Kolokwium pisemne.	1		
RAZEM	9	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, fragmenty filmów dydaktycznych, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Kolokwium pisemne.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | T. Goban-Klas, <i>Cywilizacja medialna. Geneza, ewolucja, eksplozja</i> , Warszawa 2005. |
| 2 | T. Goban-Klas, <i>Powstanie i rozwój mediów. Od malowideł naskalnych do multimediów</i> , Kraków 2001. |
| 3 | H. Jenkins, <i>Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów</i> , przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|---|
| 1 | T. Goban-Klas, <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i> , Warszawa 2005. |
| 2 | M. McLuhan, <i>Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka</i> , przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004. |
| 3 | W.J. Ong, <i>Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii</i> , przeł. J. Japola, Warszawa 2011. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	KULTURA JĘZYKA W MEDIACH		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	I stopień	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
Laboratorium		Laboratorium	
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 przedmiotu jest dostarczenie wiedzy z zakresu terminologii i literatury dotyczącej kultury języka polskiego w mediach, a także z zakresu językoznawstwa noramtywnego; wyszkolenie umiejętności poprawnego używania polszczyzny w zależności od stylu wypowiedzi oraz uświadomienie wagi kultury języka w tworzeniu treści medialnych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość języka polskiego (gramatyki i stylistyki) na poziomie szkoły średniej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.		K_W17
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.		K_W18
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Prezentacja literatury dot. kultury języka. Analiza Ustawy o języku polskim		2	
Kultura języka na tle systemu języka polskiego		1	
Pojęcia kultury języka (norma, uzus, błąd, innowacja językowa, itp..)		1	
Kryteria poprawności językowej oraz ich funkcjonalność w obliczu przeobrażeń związanych z komunikacją medialną		2	
Media jako wyznacznik trendów językowych i jako mechanizm normotwórczy. Dyskusja		2	
Semantyka i definiowanie pojęć.		2	
Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej i interpunkcyjnej		2	
Wybrane zagadnienia poprawności gramatycznej i leksykalno-frazeologicznej		2	
Wybrane zagadnienia poprawności stylistycznej		4	
Popularyzacja kultury języka - działalność Rady Języka Polskiego, poradni językowych		2	
Popularyzacja kultury języka w mediach - programy radiowe, TV, blogi, działania w sferze mediów społecznościowych		4	
Etyka językowa / netykieta		4	
Media i ich rola w kształtowaniu języka		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Prezentacja literatury dot. kultury języka. Analiza Ustawy o języku polskim		1	
Kultura języka na tle systemu języka polskiego		1	
Pojęcia kultury języka (norma, uzus, błąd, innowacja językowa, itp..)		1	
Kryteria poprawności językowej oraz ich funkcjonalność w obliczu przeobrażeń związanych z komunikacją medialną		1	
Media jako wyznacznik trendów językowych i jako mechanizm normotwórczy. Dyskusja		1	
Semantyka i definiowanie pojęć.		2	
Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej i interpunkcyjnej		2	
Wybrane zagadnienia poprawności gramatycznej i leksykalno-frazeologicznej		2	
Wybrane zagadnienia poprawności stylistycznej		2	
Popularyzacja kultury języka - działalność Rady Języka Polskiego, poradni językowych		1	
Popularyzacja kultury języka w mediach - programy radiowe, TV, blogi, działania w sferze mediów społecznościowych		1	
Etyka językowa / netykieta		2	
Media i ich rola w kształtowaniu języka		1	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Narzędzia: komputer, rzutnik, wi-fi, kartki papieru. Pomoce: publikacje naukowe i popularnonaukowe; Internet - strony internetowe, blogi, kanały YouTube poświęcone kulturze języka, filmy; prezentacje; ćwiczenia wspierane wykładem.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Prace pisemne, wykonywanie ćwiczeń, aktywność, kolokwium - podczas zajęć. Na zakończenie zajęć - egzamin pisemny.

LITERATURA

Podstawowa

- | | |
|---|--|
| 1 | T. Karpowicz, Kultura języka polskiego: wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2009. |
| 2 | H. Jadacka, Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2008. |
| 3 | D. Zdunkiewicz-Jedynak, Wykłady ze stylistyki, Warszawa 2008. |

Uzupelniajaca

- | | |
|---|--|
| 1 | W. Pisarek, O mediach i języku, Kraków 2007. |
| 2 | J. Podracki, A. Gałązka, Gdzie postawić przecinek. Poradnik ze słownikiem, PWN, Warszawa 2010. |
| 3 | J. Bartmiński (red.), Współczesny język polski, Lublin 2001. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Analiza zawartości nowych mediów		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	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
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_W01	
W2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_W11	
W3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U03	
U2	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	
U3	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U07	

Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K06
K2	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08
K3	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Analiza zawartości a strukturalna analiza treści – po co badać?		2	
2. Analiza komunikatów i innych gatunków telewizyjnych pod kątem wywierania wpływu.		2	
3. Podstawowe elementy strukturalne przekazu – znaczenie tytułu audycji telewizyjnej.		2	
4. Analiza informacyjnych audycji telewizyjnych: jeden temat, różne sposoby interpretacji – osiągnięcie określonych efektów.		2	
5. Analiza pola semantycznego, analiza określiń wartościujących Osgooda, analiza obrazu.		2	
6. Telewizyjny program informacyjny (dziennik): rodzaje dzienników, definicja komunikatu, struktura logiczna dziennika, rola prezentera w telewizyjnym programie informacyjnym, elementy „kadru prezentera”, plany filmowe, plany „kadru prezentera”.		2	
7. Prezentacja projektów i prezentacji studentów.		3	
Razem		15	

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Analiza zawartości a strukturalna analiza treści – po co badać?		1	
2. Analiza komunikatów i innych gatunków telewizyjnych pod kątem wywierania wpływu.		1	
3. Podstawowe elementy strukturalne przekazu – znaczenie tytułu audycji telewizyjnej.		1	
4. Analiza informacyjnych audycji telewizyjnych: jeden temat, różne sposoby interpretacji – osiągnięcie określonych efektów.		1	
5. Analiza pola semantycznego, analiza określiń wartościujących Osgooda, analiza obrazu.		1	
6. Telewizyjny program informacyjny (dziennik): rodzaje dzienników, definicja komunikatu, struktura logiczna dziennika, rola prezentera w telewizyjnym programie informacyjnym, elementy „kadru prezentera”, plany filmowe, plany „kadru prezentera”.		1	
7. Prezentacja projektów i prezentacji studentów.		3	
Razem		9	

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Podręczniki i literatura uzupełniająca oraz fachowa prasa (wiarygodność przekazów medialnych). Analiza przekazów telewizyjnych w telewizji i internecie – dyskusja, studium przypadku. Przedstawienie prezentacji multimedialnych studentów na temat wiarygodności źródeł przekazu (internet, komputer, projektor).

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność (udział w dyskusjach) i obecność na zajęciach. Dobór materiału do porównań oraz ich krytyczna ocena. Przygotowanie i przedstawienie prezentacji o dwóch wybranych audycjach traktujących ten sam temat na różne sposoby – prowadzenie dyskusji na temat intencji twórców.

LITERATURA

Podstawowa

1	Kobenhavn K., Metody badania komunikacji i mediów : Perspektywa teoretyczna i analityczna, Łódź 2021, ebook
2	Gackowski T., Skrypt do analizy zawartości prasy, Warszawa 2007.
3	Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów : przewodnik dla studentów : wersja 1.1, Kraków 2004.

Uzupełniająca

1	I. Hofman (red.), Medialny obraz świata. Tom 1 Zagadnienia teoretyczne, Lublin 2015;
2	I. Hofman (red.), Medialny obraz świata. Tom 2 Studium przypadku, Lublin 2015.
3	Cialdini R., Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Warszawa 2021

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Metody badań medjoznawczych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia pierwszego 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	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie istoty metod badań medjoznawczych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student ma podstawową wiedzę w zakresie mediów, w tym nowych mediów.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04	
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Nauka o metodach badań naukowych	2		
Metody ilościowe	2		
Metody jakościowe	2		
Prezentacja głównych strategii badań ilościowych i jakościowych	3		
Tranigulacja	2		
Przegląd głównych zastosowań badań medioznawczych w nowych mediach	2		
Zaliczenie	2		
RAZEM	15	0	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Nauka o metodach badań naukowych	2		
Metody ilościowe	2		
Metody jakościowe	1		
Prezentacja głównych strategii badań ilościowych i jakościowych	1		
Tranigulacja	1		
Przegląd głównych zastosowań badań medioznawczych w nowych mediach	1		
Zaliczenie	1		
RAZEM	9	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wskazna literatura przedmiotu.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ustne zaliczenie na ocenę.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | Taylor L., Medioznawstwo : teksty, instytucje i odbiorcy, Kraków 2006. |
| 2 | Metodologie badań medioznawczych/ Tomasz Gackowski, Warszawa, Wydawnictwo: Aspra, 2014. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|--|
| 1 | Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu/Tadeusz Goban-Klas, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006. |
| 2 | Media i społeczeństwo: nowe strategie komunikacyjne /Marek Sokółowski (red.) - Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2008. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	CYBERZAGROZENIA W NOWYCH 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	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z nowym zagrożeniem w cyberprzestrzeni i potrzebą badań tego zjawiska. Ponadto kształtowanie perspektywy socjologicznej w rozsądnym rozumieniu i bezpiecznego korzystania z Internetu.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawy wiedzy społecznej

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza

W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
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 naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11

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 uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie tematyki i wymagań zaliczeń.	1		
Geneza Internetu. Przesłanki przemian technologii info-komunikacyjnych.	2		
Wychowawcze i demoralizujące czynniki związane z Internetem.	2		
Przemoc wirtualna. Jej skutki i przeciwdziałanie.	2		
Ciemna strona sieci. Uzależnienia od Internetu.	2		
Niebezpieczeństwa gier komputerowych. Społeczny odbiór gier i ich znaczenie.	2		
Patologie w cyberprzestrzeni jako problem społeczny.	2		
Fonoholizm jako nowe uzależnienie wśród nastolatków.	2		
RAZEM	15	0	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie tematyki i wymagań zaliczeń.	1		
Geneza Internetu. Przesłanki przemian technologii informacyjnych	2		
Wychowawcze i demoralizujące czynniki związane z Internetem.	2		
Wpływ Internetu na psychikę ludzi. Nowe uzależnienia Cyber choroby.	2		
Patologie w cyberprzestrzeni jako problem społeczny.	2		
RAZEM	9	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, kolokwium z wiedzy.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Orliński W., Internet : czas się bać, Warszawa 2013.
	Trejderowski T., Kradzież tożsamości : terroryzm informatyczny : cyberprzestępstwa, internet, telefon, Facebook, Warszawa 2013.
2	Spółeczeństwo sieci. M. Castells. Warszawa 2012
3	Cyberkolonializm, K.Gawkowski. Gliwice 2018

Uzupełniająca

1	Życie wirtualne dzikich. J. Jelemiak. Warszawa 2013
2	Padło K., Cyber-zagrożenia, Wychowawca (Kraków). 1230-3720. 2016, nr 2, s. 18-19.
3	Nowe media i wyzwania współczesności. M. Sokolowski. Toruń 2013.
4	Zrozumieć socjal media. A. Rogowski. Gliwice 2020.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Gatunki internetowe		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	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.	2		
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		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego	2		
Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	2		
Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów	2		
Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	2		
Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku	2		
SMS - wyznaczniki gatunku	1	2	
Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania		5	
Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady		2	
Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów		4	
Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo		1	
Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych		1	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.	2		
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))	1		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego	1		
Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	1		
Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów	1		
Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	1		
Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku	1		
SMS - wyznaczniki gatunku	1		
Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania		1	
Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady		4	
Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów		1	
Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo		2	
Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych		1	
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, smartfon, tablet, wi-fi, oprogramowanie Canva, darmowe banki zdjęć Formy przekazu: wykład, dyskusja, prezentacja, film.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, kolokwium pisemne z wiedzy teoretycznej; w ramach zaliczenia praktyki - projekt internetowy: utworzenie serii postów na wybrany temat i dla określonej branży lub utworzenie bloga / vloga, lub stworzenie newslettera.

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
3	

Uzupelniajaca

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	GATUNKI PRASOWE		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	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
Laboratorium		Laboratorium	
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 zapoznanie studentów z wyznacznikami 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, esej i recenzja.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim, umiejętność selekcji materiału, znajomość podstawowych zasad poprawności językowej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować ją, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrąfi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
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.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.	2		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers, sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, życiorys, nekrolog/wspomnienie.	2		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.	2		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.	2		
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	
Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lądów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.		5	
Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		4	
Esaj - wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
RAZEM	15	15	0

STUDIA 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.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers, sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, zyciorys, nekrolog/wspomnienie.	1		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.	1		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.	2		
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.		1	
Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lidów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.		3	
Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		1	
Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
Esej – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
RAZEM	9	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Przykładowe teksty z dziennikarstwa prasowego. Prezentacje multimedialne.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Pisemne kolokwium zaliczeniowe, obejmujące weryfikację znajomości wyznaczników gatunków prasowych i umiejętności pisania tekstu mieszczącego się w konkretnym gatunku prasowym.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	M. Kaczmarczyk, Gatunki prasowe w praktyce. Ćwiczenia warsztatowe dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, Sosnowiec 2006.		
2	M. Wojtak, Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych, Lublin 2008.		
Uzupełniająca			
1	T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2005.		
2	B. Hennessy, Dziennikarstwo publicystyczne, przeł. A. Sadza, Kraków 2009.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.		2	
Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaż, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.		2	
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	
Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.		2	
Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.		2	
Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.		2	
Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.		3	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.		2	
Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaż, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.		1	
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.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.		1	
Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, program do montażu materiałów audio, dyktafon, sala z wygłuszonymi ścianami.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Kolokwium pisemne lub ustne z wiedzy teoretycznej. Weryfikacja wiedzy praktycznej: wybór jednego z gatunku i nagranie materiału adekwatnego do stylistyki tego gatunku.

LITERATURA

Podstawowa

- | | |
|---|--|
| 1 | Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe : teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2006. |
| 2 | Bauer Z., Chudziński E. Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000. |
| 3 | Loewe I., Język w mediach : Antologia, Katowice 2014. |

Uzupelniajaca

- | | |
|---|---|
| 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	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	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
U2	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_U12	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K3	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	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wyznaczniki dyskursu telewizyjnego. Styl w telewizji. Charakterystyka tekstów telewizyjnych. Autotematyzm telewizji.		2	
Charakterystyka informacyjnych gatunków telewizyjnych: wzmianka, informacja, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, korespondencja, raport, reportaż telewizyjny.		4	
Charakterystyka publicystycznych gatunków telewizyjnych: film dokumentalny, powieść w odcinkach, komentarz, felieton, recenzja.		4	
Charakterystyka informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych: wywiad, debata, talk-show.		3	
Telewizja w Internecie.		2	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wyznaczniki dyskursu telewizyjnego. Styl w telewizji. Charakterystyka tekstów telewizyjnych. Autotematyzm telewizji.		1	
Charakterystyka informacyjnych gatunków telewizyjnych: wzmianka, informacja, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, korespondencja, raport, reportaż telewizyjny.		2	
Charakterystyka publicystycznych gatunków telewizyjnych: film dokumentalny, powieść w odcinkach, komentarz, felieton, recenzja.		3	
Charakterystyka informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych: wywiad, debata, talk-show.		2	
Telewizja w Internecie.		1	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Podręczniki i literatura uzupełniająca. Fachowa prasa z dziedziny mediów (Press). Analiza charakterystycznych przykładów gatunków telewizyjnych (Internet). Studenci przedstawiają prezentacje multimedialne (z interaktywnymi linkami) oraz krótkie audycje filmowe na temat wybranych gatunków telewizyjnych (rzutnik, komputery).

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, udział w dyskusjach na temat wybranych audycji z charakterystycznymi cechami gatunków telewizyjnych. Ocena umiejętności rozróżniania gatunków telewizyjnych. Przygotowanie i przedstawienie prezentacji (filmu) na temat wybranych gatunków telewizyjnych. Rozmowa na zaliczenie z oceną.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Dziennikarstwo i świat mediów, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000.
2	W. Godzic, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.
3	

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	Podstawy fotografii 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	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	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności 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			
Brak.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
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 odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Rys historyczny fotografii.		1	
Budowa aparatu fotograficznego, podstawowe funkcje i posługiwanie się nim. Różnice w rejestracji obrazu a widzeniu oka ludzkiego.		3	
Trójkąt ekspozycji - odpowiedni dobór ekspozycja za pomocą czasu, przysłony i czułości w aparacie fotograficznym.		5	
Metody i techniki pomiaru oświetlenia.		3	
Podział i różne typy obiektywów – długość ogniskowej, otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu.		3	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Rys historyczny fotografii.		1	
Budowa aparatu fotograficznego, podstawowe funkcje i posługiwanie się nim. Różnice w rejestracji obrazu a widzeniu oka ludzkiego.		2	
Trójkąt ekspozycji - odpowiedni dobór ekspozycja za pomocą czasu, przysłony i czułości w aparacie fotograficznym.		2	
Metody i techniki pomiaru oświetlenia.		2	
Podział i różne typy obiektywów – długość ogniskowej, otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu.		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wprowadzenie i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabędą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki) . Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne) .

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Nowy podręcznik fotografii / John Hedgecoe ; tl. z ang. Krzysztof Wojciechowski. - Warszawa: "Arkady", 2005.
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004
3	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987

Uzupełniająca

1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawiloci, Kraków 2000
3	Mała historia fotografii / Boris von Brauchitsch ; przeł. Jan Koźbiał i Barbara Tarnas. - Warszawa: Cyklady, 2004.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Podstawy fotografii 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	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	2	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności 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			
Wiedza nabyta w pierwszym semestrze Podstaw fotografii			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi 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
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
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 odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Głębina ostrości - przysłona jako narzędzie do uzyskania odpowiedniej plastyki obrazu. Perspektywa w fotografii.		4	
Zasady kompozycji obrazu.		4	
Praca w studio fotograficznym. Lamy studyjne światła błyskowego i ciągłego. Balans bieli według wzorca. Rodzaje modyfikatorów oświetlenia.		7	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Głębina ostrości - przysłona jako narzędzie do uzyskania odpowiedniej plastyki obrazu. Perspektywa w fotografii.		2	
Zasady kompozycji obrazu.		2	
Praca w studio fotograficznym. Lamy studyjne światła błyskowego i ciągłego. Balans bieli według wzorca. Rodzaje modyfikatorów oświetlenia.		5	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wprowadzenie i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabeđą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki) . Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne) .

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnia z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Nowy podręcznik fotografii / John Hedgecoe ; tl. z ang. Krzysztof Wojciechowski. - Warszawa: "Arkady", 2005.
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004
3	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987

Uzupełniająca

1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawiloci, Kraków 2000
3	Mała historia fotografii / Boris von Brauchitsch ; przeł. Jan Koźbial i Barbara Tarnas. - Warszawa: Cyklady, 2004.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Podstawy edytorstwa		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
Laboratorium		Laboratorium	
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 przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną z zakresu terminologii edytorskiej i typograficznej, w znajomość zasad przygotowywania publikacji w zależności od jej przeznaczenia, a także w umiejętność odpowiedniego formatowania tekstu i obrazu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa znajomość oprogramowania Office.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu edytorstwa i typografii.		
Umiejętności			
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08	
U3	Potrafi rozróżniać style edytorskie w zależności od przeznaczenia publikacji. Potrafi zaprojektować krój czcionek, układ tekstu, okładkę.		

Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09
K3	Jest gotowy do tworzenia wysokiej jakości form tekstów, kreowania przekazów harmonijnie łączących słowo i obraz w celu udanej i estetycznej komunikacji.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Historia edytorstwa - historia pisma i obrazu jako elementu tekstu.	2		
Słownik typograficzny 1	2		
Słownik typograficzny 2	2		
Złoty podział i ciąg Fibonacciego w edytorstwie	2		
Zasady korekty edytorskiej	2		
Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji	1	2	
Zasady składu tekstu w zależności od typu publikacji		2	
Podstawy programu Indesign		5	
Estetyka w edytorstwie - przegląd publikacji	2		
Projektowanie krojów pisma		4	
Rodzaje ilustracji	2	2	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Słownik typograficzny 1	2		
Słownik typograficzny 2	2		
Złoty podział i ciąg Fibonacciego w edytorstwie	1		
Zasady korekty edytorskiej	1		
Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji	1	2	
Zasady składu tekstu w zależności od typu publikacji		1	
Podstawy programu Indesign		3	
Projektowanie krojów pisma		3	
Rodzaje ilustracji	2		
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Narzędzia: komputery z oprogramowaniem Adobe (Indesign), tablety graficzne, program Canva, program do projektowania czcionek, rzutnik, wi-fi, kartki papieru, linijka, ołówek, pisak, itp.. Pomoce: publikacje, wykład, dyskusja, ćwiczenia graficzne.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć. Kolokwium pisemne z wiedzy (z terminologią). Projekt tekstu z oprawą ilustracyjną lub / i projekt własnego kroju pisma.

LITERATURA

Podstawowa

1	Wolański Adam, Edycja tekstów. Praktyczny poradnik, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008.
2	Mitchell Michael, Wightman Susan, Typografia książki. Podręcznik projektanta, tłum. D. Dziewońska, Kraków 2015.
3	Mrowczyk Jacek, Niewielki słownik typograficzny, wydawnictwo Czysty Warsztat, Warszawa 2008.

Uzupelniajaca

1	Garbal Łukasz, Edytorstwo. Jak wydawać współczesne teksty literackie, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2011.
2	Cave Roderick, Ayad Sara, Historia książki. Od glinianych tabliczek po e-booki, tłum. E. Romkowska, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 2015.
3	Bringhurst Robert, Elementarz stylu w typografii, tłum. D. Dziewońska, Kraków 2018.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 Life, mediach alternatywnych i globalnych. Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi 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
U3	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwijać umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
Kompetencje społeczne			
K1	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
K2	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	2	1	
Psychologia Internetu.	1	1	
Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1	
Media globalne jako media społecznościowe.	1	1	
Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1	
Facebook jako medium społecznościowe.	1	1	
Instagram jako medium społecznościowe.	1	1	
You Tube jako medium społecznościowe.	1	1	
Nowe zjawiska wśród mediów społecznościowych: tweeter, tik-tok, ...	1	1	
Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa, itd.	1	2	
Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	1	
Second Life jako medium społecznościowe.	1	1	
Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	1	
Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	1	
RAZEM	15	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	1	1	
Psychologia Internetu.	1	1	
Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1	
Media globalne jako media społecznościowe.	1	1	
Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1	
Facebook, Instagram, Tweeter jako media społecznościowe.	1	1	
You Tube i TikTok jako media społecznościowe.	1	1	
Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	1	
Second Life jako medium społecznościowe. Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	1	
RAZEM	9	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura przedmiotu; formy przekazu: wykład, dyskusja, analiza wybranych mediów społecznościowych			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Weryfikacja wiedzy teoretycznej: kolokwium pisemne. Weryfikacja wiedzy praktycznej: utworzenie serii postów na kanały mediów społecznościowych PWSZ			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006; Nowina Konopka M., Informorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017		
2	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006		
3	Hofmankl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009		
Uzupełniająca			
1	Red. Drzyzga P., Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001		
2			
3			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Prawo prasowe		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		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami prawa prasowego oraz zastosowaniem tej gałęzi prawa na podstawie ustawy o prawie prasowym, ustawie o radiofonii i telewizji oraz ustawie o dostępie do informacji publicznej. Przedstawienie praw i obowiązków dziennikarzy, m.in. prawa do uzyskania informacji, prawa do uzyskania odpowiedzi na krytykę, obowiązku zachowania szczególnej staranności oraz tajemnicy dziennikarskiej. Wyjaśnienie regulacji prawnych dotyczących znaczenia autoryzacji oraz sprostowania. Student zapozna się z szeroko pojętą organizacją działalności prasowej, radiowej i telewizyjnej. Rozwinie umiejętność posługiwania się językiem prawnym i prawniczym, m.in.. w obszarze odpowiedzialności cywilnej i karnej dziennikarzy oraz prasy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak wstępnych wymagań.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.	K_W13	
W3	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	K_W15	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	K_U05	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)		
STUDIA STACJONARNE		
Temat	Liczba godzin	
	W	C
Ogólna charakterystyka prawa prasowego. Pojęcia, zasady oraz źródła prawa.	2	
Wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	2	
Prawa i obowiązki dziennikarzy w ujęciu prawa prasowego.	2	
Pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania.	2	
Organizacja działalności prasowej.	2	
Organizacja działalności radiowej i telewizyjnej.	2	
Ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych.	2	
Odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy.	1	
RAZEM	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE		
Temat	Liczba godzin	
	W	C
Ogólna charakterystyka prawa prasowego. Pojęcia, zasady oraz źródła prawa.	2	
Wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	1	
Prawa i obowiązki dziennikarzy w ujęciu prawa prasowego.	1	
Pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania.	1	
Organizacja działalności prasowej.	1	
Organizacja działalności radiowej i telewizyjnej.	1	
Ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych.	1	
Odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy.	1	
RAZEM	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE		
<p>Podstawowe akty prawne: Konstytucja RP z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. z 1997 Nr 78, poz. 483 z późn. zm.; Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz. U. z 1984 r. Nr 5, poz. 24 z późn. zm.; Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. z 1993 r. Nr 7, poz. 34 z późn.zm.; Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, Dz. U. Z 2001 r. Nr 112, poz. 1198 z późn. zm.</p> <p>Orzecznictwo sądowe. Komentarze.</p>		
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ		
<p>Podstawą zaliczenia przedmiotu jest obecność na zajęciach oraz podejście do pisemnego kolokwium na koniec semestru. Efekty kształcenia weryfikowane są w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wiedza nabyta w ramach wykładu jest weryfikowana podczas pisemnego kolokwium, obejmującego tematykę omawianą w trakcie wykładu. Próg zaliczeniowy, to ponad 50% punktów. Studenci informowani są na pierwszych zajęciach o warunkach zaliczenia przedmiotu oraz otrzymują zagadnienia na kolokwium, na podstawie których przygotowywane są pytania, - umiejętności praktyczne nabyte w ramach zajęć weryfikowane są na bieżąco podczas dyskusji oraz aktywności studenta w rozwiązywaniu przykładów praktycznych. 		
LITERATURA		
Podstawowa		
1	Sieńczyło-Chlabicz J., <i>Prawo mediów</i> , Wydawnictwo LexisNexis Polska, Warszawa 2013.	
2	Sobczak J., <i>Prawo prasowe. Komentarz</i> , Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2008.	
3	Czarny-Drożdziejko E., <i>Autoryzacja wypowiedzi w świetle Prawa prasowego</i> , „Przegląd Sądowy”, 2018, nr 11-12, s. 34-49.	
Uzupelniajaca		
1	Górski A., <i>Odpowiedzialność dziennikarza za material prasowy – różnice pomiędzy zniesławieniem a ochroną dóbr osobistych: uwagi praktyczne</i> , „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy”, 2013, tom 5/16, s. 155-174.	
2	Zaremba M., <i>Tajemnica zawodowa dziennikarza a jego odpowiedzialność prawna</i> , „Strudia Medioznawcze”, 2003, nr 2, s. 24-40.	
3	Kosmaty P., <i>Wykroczenia w działalności prasowej dziennikarza</i> , „Kwartalnik Krajowej Szkoły Sądownictwa i Prokuratury”, 2018, z. 4, s. 43-58.	

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Copywriting 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	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym fachem copywritera			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu jak i kreatywnego pisania			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrąfi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Czy każdy może być copywriterem?		4	
Rozpoczęcie pracy jako copywriter .Więcej niż tylko słowa. Techniki i style copywritingu		4	
Profil klienta, produkt i most korzyści		4	
Interaktywna struktura tekstu, szablon tekstu po zamknięcie sprzedaży		3	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Czy każdy może być copywriterem?		3	
Rozpoczęcie pracy jako copywriter .Więcej niż tylko słowa. Techniki i style copywritingu		3	
Profil klienta, produkt i most korzyści		2	
Interaktywna struktura tekstu, szablon tekstu po zamknięcie sprzedaży		1	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów , filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu sloganu reklamowego, ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim. Tworzenie napisów reklamowych, korekta tekstów etc.

LITERATURA**Podstawowa**

1	„Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy” Joanna Wrycza-Bekier, Wydawnictwo One Press 2019
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008
3	Jaworowicz, Magdalena Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Wydano: Warszawa : Difin , 2015

Uzupełniająca

1	Dutko, Maciej. Copywriting internetowy, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN , 2010
2	Mirosław M. Bujko, Sebastian Hejnowski Wydawnictwo: MT Biznes, " Siła narracji marketingowej", 2017
3	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej , Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Copywriting 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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym fachem copywritera

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu jak i kreatywnego pisania

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązania.	K_K07

TREŚCI KSZTALCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

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		3	
Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych. Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.		7	
Pisanie przekonujących reklam. Zakładanie działalności copywriting. Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec		3	
Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów		2	
RAZEM	0	15	0

STUDIA 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	
Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych. Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.		4	
Pisanie przekonujących reklam. Zakładanie działalności copywriting. Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec		2	
Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów		1	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialną dla studentów, filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu sloganu reklamowego, ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim. Tworzenie napisów reklamowych, korekta tekstów etc.

LITERATURA**Podstawowa**

1	„Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy” Joanna Wrycza-Bekier, Wydawnictwo One Press 2019
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008
3	Jaworowicz, Magdalena Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Wydano: Warszawa : Difin, 2015

Uzupelniajaca

1	Dutko, Maciej. Copywriting internetowy, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010
2	Mirosław M. Bujko, Sebastian Hejnowski Wydawnictwo: MT Biznes, " Siła narracji marketingowej", 2017
3	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	RETORYKA I ERYSTYKA		Kod przedmiotu	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny		
Poziom kształcenia	I stopnia	Profil studiów	Praktyczny	
Kierunek studiów	nowe media	Specjalność		
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski	
Semestr	V	Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 jest wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu terminologii retorycznej, nauka strategii perswazyjnych, tworzenia wystąpień, umiejętności odpowiedniego doboru argumentów i uświadomienie im wagi słowa wypowiedzianego publicznie.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Znajomość zasad kultury języka.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawdziwości i zakłóceń.	K_W16
W3	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U3	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09

Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Historia retoryki	2		
Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki	2		
Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)	2	1	
Układanie mowy według przepisu Briana Tracy'ego		2	
Triady retoryczne i ich przydatność podczas wystąpień	2	2	
Toposy i argumenty - typologia	2	2	
Rodzaje perswazji	1		
Manipulacja - analiza przykładów	1	2	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów)	1	2	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza nagrań z platformy TED)		2	
Przekaz medialny jako przekaz retoryczny	2		
Prezentacja wystąpień studenckich		2	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Historia retoryki	1		
Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki	1		
Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)	1		
Układanie mowy według przepisu Briana Tracy'ego		2	
Triady retoryczne i ich przydatność podczas wystąpień	1	1	
Toposy i argumenty - typologia	1	1	
Rodzaje perswazji	1		
Manipulacja - analiza przykładów	1	1	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów)	1	1	
Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza nagrań z platformy TED)		1	
Przekaz medialny jako przekaz retoryczny	1		
Prezentacja wystąpień studenckich		2	
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Narzędzia: komputer, rzutnik, wi-fi kartki papieru. Pomoce: publikacje, filmy na platformach YouTube, TED, prezentacje

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, Egzamin na koniec zajęć - dwustopniowy: pisemny z wiedzy, ustny z ćwiczeń (jako egzamin ustny jest przygotowanie wystąpienia / mowy na zadany temat).

LITERATURA

Podstawowa

- 1 Perelman Ch., Imperium retoryki : retoryka i argumentacja, Warszawa 2004.
- 2 J.Z. Lichański, E. Lewandowska-Tarasiuk (red.), Nauczanie retoryki w teorii i praktyce, Warszawa 2003.
- 3 Worsowicz M., O duchu stosowności. Teoria retoryczna a współczesna praktyka medialna, Łódź 2013.

Uzupełniająca

- 1 B. Sobczak, Retoryka telewizji, Poznań 2018.
- 2 B. Tracy, Mów i zwyciężaj, Warszawa 2010.
- 3 B. Bogolebska, M. Warsowicz, Retoryka i jej zastosowania, Łódź 2016.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Arcydzieła 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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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 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 UCZENIA SIĘ 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 mefazyzyczne: <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.		2	
Kino nowej wrażliwości: <i>Wszystko o mojej matce</i> , reż. Pedro Almodóvar, 1999.		2	
Polska szkoła filmowa: <i>Kanał</i> , reż. Andrzej Wajda, 1956.		2	
Polska Nowa Fala: <i>Diabeł</i> , reż. Andrzej Żuławski, 1972.		2	
Kino moralnego niepokoju: <i>Coś za coś</i> , reż. Agnieszka Holland, 1977.		2	
Kino wartości: <i>Dekalog VI</i> , reż. Krzysztof Kieślowski, 1988.		2	
Polskie kino gatunków: <i>Psy</i> , reż. Władysław Pasikowski, 1992.		2	
Kino rozrachunkowe: <i>Ida</i> , reż. Paweł Pawlikowski, 2013.		2	
Kolokwium pisemne.		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła filmowego.		3	
Kino nieme i niemiecki ekspresjonizm: <i>Nosferatu - symfonia grozy</i> , reż. Wilhelm Murnau, 1922.		3	
Kino autorskie: <i>Obywatel Kane</i> , reż. Orson Welles, 1941.		3	
Włoski neorealizm: <i>Mamma Roma</i> , reż. Pier Paolo Pasolini, 1962.		2	
Polska szkoła filmowa: <i>Kanał</i> , reż. Andrzej Wajda, 1956.		2	
Polska Nowa Fala: <i>Diabeł</i> , reż. Andrzej Żuławski, 1972.		2	
Kino moralnego niepokoju: <i>Coś za coś</i> , reż. Agnieszka Holland, 1977.		2	
Kolokwium pisemne.		1	
RAZEM	0	18	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 UCZENIA SIĘ

Kolokwium pisemne.

LITERATURA

Podstawowa

1	<i>Encyklopedia kina</i> , red. T. Lubelski, współpr. A. Garbicz, Kraków 2003.
2	A. Gwóźdź, <i>Obraby 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-Magdziarz, <i>Znaki na uwięzi. 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	Marketing w nowych 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	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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 zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadanowymi.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

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		5	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne		10	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce		5	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.		8	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA 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		3	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne		6	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce		3	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.		5	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa		1	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.

LITERATURA

Podstawowa

1	Kotler, Philip, Marketing od Ado Z, Wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomicz, Warszawa 2004.
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008
3	Grzegorzczak, Wojciech. Marketing na rynku międzynarodowym, Wydano: Kraków : Oficyna Ekonomiczna. Oddział, 2009

Uzupełniająca

1	Sztucki, Tadeusz. Marketing przedsiębiorcy i menedżera, Wydano: Warszawa : "Placet", 1996
2	Mirosław M. Bujko, Sebastian Hejnowski Wydawnictwo: MT Biznes, "Siła narracji marketingowej", 2017
3	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	PRZYGOTOWANIE DO EGZAMINU DYPLOMOWEGO		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Przygotowanie egzaminu dyplomowego	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
Laboratorium		Laboratorium	
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 przedmiotu jest przygotowanie studentów do egzaminu dyplomowego, którego zasady szczegółowo opisuje zarządzenie dyrektora Instytutu Humanistycznego z roku 2022.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Zaliczone praktyki, pogłębiona wiedza z zakresu mediów i komunikacji, umiejętność selekcji treści i analizy materiału medialnego, świadomość wagi komunikacji językowej na różnych poziomach kontaktu społecznego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębioną w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11	
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 nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
U3	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Omówienie zasad egzaminu oraz prezentacja zagadnień egzaminacyjnych.		2	
Zasady autoprezentacji podczas egzaminu dyplomowego		2	
Analiza i selekcja prac powstałych podczas praktyk		4	
Analiza i selekcja prac powstałych podczas zajęć		4	
Analiza i selekcja działań na rzecz uczelni i tych pozauczelnianych		4	
Przygotowywanie materiału służącego jako prezentacja multimedialna / film		8	
Ćwiczenia z budowy wypowiedzi i autoprezentacji		6	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Omówienie zasad egzaminu oraz prezentacja zagadnień egzaminacyjnych.		1	
Zasady autoprezentacji podczas egzaminu dyplomowego		1	
Analiza i selekcja prac powstałych podczas praktyk		2	
Analiza i selekcja prac powstałych podczas zajęć		2	
Analiza i selekcja działań na rzecz uczelni i tych pozauczelnianych		2	
Przygotowywanie materiału służącego jako prezentacja multimedialna / film		6	
Ćwiczenia z budowy wypowiedzi i autoprezentacji		4	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Narzędzia: rzutnik, komputer, wi-fi, oprogramowanie z zakresu grafiki, dźwięku, montażu, itp. (zależnie od potrzeb studenta); kartki papieru. Pomoce: publikacje, prezentacje multimedialne, filmy, konsultacje.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Aktywność, portfolio wymagane do egzaminu, autoprezentacja multimedialna.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	M. Leary, Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji, Sopot 2017.		
2	Rzędowscy, Mistrzowskie prezentacje, Gliwice 2017.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Praktyka zawodowa		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	IV	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
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, zarządzania oraz języka, literatury i kultury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE/STUDIA NIESTACJONARNE

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			
Zasady publikowania sprostowań, komunikatów i ogłoszeń prasowych			
Działalność medialna a własność intelektualna: prawo autorskie; elementy własności – marki i znaku towarowego			
Przygotowuje się do wykonywania działalności profesjonalnej w taki sposób, że: obserwuje (hospituje) czynności opiekuna praktyki			
Współpracuje z opiekunem praktyk; samodzielnie wykonuje zadania i zbiera materiały z wykonanej pracy, by przygotować projekt, np. film z odbytej praktyki			
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			
RAZEM	0	0	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia potrzebne do zrealizowania zleconych zadań dla studenta.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektów, dziennika praktyk i sprawozdania z realizacji odbytej praktyki zawodowej.

LITERATURA

Podstawowa

1 „Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy” Joanna Wrycza-Bekier, Wydawnictwo One Press 2019

2 A. Noga, Teorie przedsiębiorstw, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009 r.

Uzupełniająca

1 Dutko, Maciej. Copywriting internetowy, Wydano: Warszawa : Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010

2 M. Smycz, Prawo autorkie i prawa pokrewne, 2003, wyd. LEX, 3. M. Jankowska, Autor i prawo do ayutorstwa, wyd. Warszawa Wolter Kruwers Polska

3 J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	WARSZTATY MONTAŻU I		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
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zajęcia mają za cel zdobycie przez studenta wiedzy, a przede wszystkim praktyczne umiejętności w dziedzinie produkcji oraz postprodukcji filmu. Student poznaie podstawy pisania scenariusza, podstawy sztuki operatorskiej oraz całą gamę zaawansowanych technik montażu filmowego. Edukacja w zakresie produkcji/postprodukcji skupia się na takich formach filmowych jak: krótki film dokumentalny/videoclip. Poprzez realizację krótkiego filmu dokumentalnego/videoclipu, student zapoznaje się z całym twórczym procesem pracy przy filmie i zdobywa praktyczne umiejętności operatora filmowego (praca z kamerą i światłem), realizacji dźwięku, realizacji wywiadu. Zapoznaje się również z podstawową wiedzą na temat dramaturgii filmowej i scenariuszopisania, koniecznych do stworzenia krótkiego filmu dokumentalnego/videoclipu. Przede wszystkim jednak zdobywa umiejętności w zakresie współczesnych technik montażu filmowego ze szczególnym uwzględnieniem typów narracji w krótkim dokumencie/videoclipie.</p> <p>Przedmiot podzielony będzie na dwa bloki: teoretyczny i praktyczny.</p> <p>1. Zapoznanie studentów z podstawami gramatyki języka filmowego w krótkim filmie dokumentalnym/videoclipie</p> <p>2. Realizacja krótkiego filmu dokumentalnego/videoclipu z uwzględnieniem trzech zasadniczych składników: preprodukcja, produkcja, postprodukcja. Zdobywanie umiejętności praktycznych w zakresie montażu nieliniowego krótkiego dokumentu /videoclipu w programie Adobe Premiere Pro.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Zaangażowanie.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie zmiany zachodzące we współczesnym życiu kulturalnym oraz narzędzia terminologiczne i koncepcyjne, niezbędne do rozpoznawania, analizowania i interpretowania audiowizualnych praktyk kulturowych		K_W06
W2	Zna i rozumie ogólną problematykę (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) z zakresu wiedzy o mediach, którą potrafi twórczo wykorzystywać i samodzielnie aktualizować		K_W09
W3	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja. Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji. Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych. Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu. Objaśnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie. Wymienia rodzaje światła na planie filmowym. Zauważa na podstawie przykładów zmiany obecnych trendów w montażu.		Efekt specjalistyczny przedmiotu
Umiejętności			
U1	Potrafi twórczo wykorzystywać nowe technologie audiowizualne i multimedia w realizacji filmowych form reportażowych/dokumentalnych		K_U07
U2	Wykorzystując zdobytą wiedzę, zwłaszcza z zakresu estetyki, potrafi dokonywać samodzielnej i specjalistycznej interpretacji współczesnych wytworów artystycznych oraz wyjaśniać właściwe współczesnej kulturze artystycznej zjawiska i procesy, prezentując wyniki swych dociekań w formie audiowizualnej		K_U08
U3	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie. Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez manipulowanie różnymi cięciami. Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego. Interpretuje przykład reportażu/videobloga w warstwie estetycznej i ideowej.		Efekt specjalistyczny przedmiotu

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego. Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania wiedzy w zakresie analizy dzieła filmowego.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w reportażu i videoblogu. Podstawy kadrowania i kompozycji kadru. Plany operatorskie. Montaż wewnątrzkadrowy i wewnątrzujęciowy. Rola światła w zdjęciach filmowych. Rodzaje oświetlenia na planie. Teoretyczne podstawy montażu - sztuka opowiadania obrazem.		4	
Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadr, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]		6	
Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów. Realizacja krótkiego filmu dokumentalnego / videoclipu.		8	
Część praktyczna III - Wprowadzenie do montażu nieliniowego krótkiego dokumentu / videoclipu w programie Adobe Premiere Pro: rodzaje cięć, rytm, budowanie oraz rozładowywanie napięcia emocjonalnego, dynamika ruchu - zgodność i przeciwieństwo; oddziaływanie światła, kolorów, kształtów w łączeniu ujęć.		6	
Część praktyczna IV - Kontynuacja nauki technik montażu filmowego na materiale nakręconego krótkiego filmu dokumentalnego / videoclipu: edycja dźwięku, proste animacje, czyli praca z klatkami kluczowymi; tworzenie napisów, ilustrowanie narracji słowno-obrazowej odpowiednią muzyką filmową oraz efektem dźwiękowymi (podstawy sound designe).		6	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w reportażu i videoblogu. Podstawy kadrowania i kompozycji kadru. Plany operatorskie. Montaż wewnątrzkadrowy i wewnątrzujęciowy. Rola światła w zdjęciach filmowych. Rodzaje oświetlenia na planie. Teoretyczne podstawy montażu - sztuka opowiadania obrazem.		2	
Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadr, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]		5	
Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów. Realizacja krótkiego filmu dokumentalnego / videoclipu.		4	
Część praktyczna III - Wprowadzenie do montażu nieliniowego krótkiego dokumentu / videoclipu w programie Adobe Premiere Pro: rodzaje cięć, rytm, budowanie oraz rozładowywanie napięcia emocjonalnego, dynamika ruchu - zgodność i przeciwieństwo; oddziaływanie światła, kolorów, kształtów w łączeniu ujęć.		4	
Część praktyczna IV - Kontynuacja nauki technik montażu filmowego na materiale nakręconego krótkiego filmu dokumentalnego / videoclipu: edycja dźwięku, proste animacje, czyli praca z klatkami kluczowymi; tworzenie napisów, ilustrowanie narracji słowno-obrazowej odpowiednią muzyką filmową oraz efektem dźwiękowymi (podstawy sound designe).		3	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Sprzęt do produkcji filmu: kamera, statyw, zestaw obiektywów, rejestrator dźwięku, mikrofon kierunkowy, światła, statywy. Sprzęt do postprodukcji filmu: stacja robocza do montażu filmowego oraz prezentacji audio-wizualnych.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Projekt video [indywidualny lub w małych grupach] : Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Płażewski Jerzy, Język filmu, Książka i Wiedza 2008		
2	Wiśniewska M., Współczesny teatr i film wobec wyzwań nowych mediów, Toruń 2005.		
3	Karol Reisz, Gavin Miller, Thorold Dickinson, Technika montażu filmowego, Wydawnictwo Wojciech Marzec, W-wa 2013 [na liście zakupów]		
Uzupełniająca			
1	HUNTER LEW; KURS PISANIA SCENARIUSZYH. Wydawnictwo Filmowe, 2013		
2	TROY LANIER, CLAY NICHOLAS; FILMOWANIE. PODRĘCZNIK DLA MŁODYCH. Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa, 2012		
3	CHRISTOPHER KENWORTHY; UJĘCIA MISTRZÓW. TECHNIKA FILMOWANIA LUSTRZANKĄ LUB KAMERĄ CYFROWĄ. Wydawnictwo: Galaktyka, Łódź 2010		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	WARSZTATY MONTAŻU II		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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zajęcia mają za cel zdobycie przez studenta wiedzy, a przede wszystkim praktyczne umiejętności w dziedzinie produkcji oraz postprodukcji filmu. Student poznaje podstawy pisania scenariusza, podstawy sztuki operatorskiej oraz całą gamę zaawansowanych technik montażu filmowego. Edukacja w zakresie produkcji/postprodukcji skupia się na takich formach filmowych jak: krótki film fabularny. Poprzez realizację krótkiej fabuły, student zapoznaje się z całym twórczym procesem pracy przy filmie i zdobywa praktyczne umiejętności: podstaw pracy reżyserskiej z "aktorami" (grają studenci z poszczególnej grupy); pracy operatora filmowego (kamera /światło); realizacji dźwięku; realizacji sceny z dialogami. Zapoznaje się również z podstawową wiedzą na temat dramaturgii filmowej i scenariuszopisania, koniecznych do stworzenia krótkiej fabuły. Przede wszystkim jednak zdobywa umiejętności w zakresie współczesnych technik montażu filmowego ze szczególnych uwzględnieniem typów narracji w krótkim filmie fabularnym.</p> <p>Przedmiot podzielony będzie na dwa bloki: teoretyczny i praktyczny:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Zapoznanie studentów z podstawami gramatyki języka filmowego w krótkim filmie fabularnym. 2. Realizacja krótkiej fabuły z uwzględnieniem trzech zasadniczych składników: preprodukcja, produkcja, postprodukcja. Zdobywanie umiejętności praktycznych w zakresie montażu nieliniowego krótkiej fabuły w programie Adobe Premiere Pro. 			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Efekty uczenia się osiągnięte na Warsztatach I			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie zmiany zachodzące we współczesnym życiu kulturalnym oraz narzędzia terminologiczne i koncepcyjne, niezbędne do rozpoznawania, analizowania i interpretowania audiowizualnych praktyk kulturowych		K_W06
W2	Zna i rozumie ogólną problematykę (obejmującą terminologię, teorie i metodologię) z zakresu wiedzy o mediach, którą potrafi twórczo wykorzystywać i samodzielnie aktualizować		K_W09
W3	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja. Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji. Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych. Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu. Objasnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie. Wymienia rodzaje światła na planie filmowym. Zauważa na podstawie przykładów zmiany obecnych trendów w montażu.		Efekt specjalistyczny przedmiotu
Umiejętności			
U1	Potrafi twórczo wykorzystywać nowe technologie audiowizualne i multimedia w realizacji filmowych form reportażowych/dokumentalnych		K_U07
U2	Wykorzystując zdobytą wiedzę, zwłaszcza z zakresu estetyki, potrafi dokonywać samodzielnej i specjalistycznej interpretacji współczesnych wytworów artystycznych oraz wyjaśniać właściwe współczesnej kulturze artystycznej zjawiska i procesy, prezentując wyniki swych dociekań w formie audiowizualnej		K_U08
U3	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie. Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez manipulowanie różnymi cięciami. Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego. Interpretuje przykład reportażu/vidobloga w warstwie estetycznej i ideowej.		Efekt specjalistyczny przedmiotu

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego. Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania wiedzy w zakresie analizy dzieła filmowego.		
TREŚCI KSZTALCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w krótkiej fabule. Znaczenie dramaturgiczne kompozycji kadru w opowieści fabularnej. Sztuka dramaturgicznego montażu filmowego wspierającego psychologiczną, symboliczną warstwę fabuły. Budowanie znaczenia emocjonalnego poprzez światło, kolor, ruch wewnątrzkadrowy w zdjęciach filmowych.		4	
Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadry, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]		6	
Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów na fabułę. Realizacja krótkiej fabuły.		8	
Część praktyczna III - Opanowanie zaawansowanych zasad montażu krótkiej fabuły w programie Adobe Premiere Pro: rodzaje cięcia, rytm, budowanie oraz rozładowywanie napięcia emocjonalnego, dynamika ruchu - zgodność i przeciwieństwo; oddziaływanie światła, kolorów, kształtów w łączeniu ujęć wspierających fabułą opowieść.		6	
Część praktyczna IV - Kontynuacja nauki technik montażu filmowego na materiale nakręconego krótkiej fabuły: edycja dźwięku, proste animacje czyli praca z klatkami kluczowymi; tworzenie napisów, ilustrowanie narracji słowno-obrazowej odpowiednią muzyką filmową oraz efektem dźwiękowymi (sound designe).		6	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w krótkiej fabule. Znaczenie dramaturgiczne kompozycji kadru w opowieści fabularnej. Sztuka dramaturgicznego montażu filmowego wspierającego psychologiczną, symboliczną warstwę fabuły. Budowanie znaczenia emocjonalnego poprzez światło, kolor, ruch wewnątrzkadrowy w zdjęciach filmowych. Teoretyczne podstawy montażu - sztuka dramaturgicznego opowiadania obrazem w scenie, sekwencjach.		2	
Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadry, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]		5	
Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów na fabułę. Realizacja krótkiej fabuły.		4	
Część praktyczna III - Opanowanie zaawansowanych zasad montażu krótkiej fabuły w programie Adobe Premiere Pro: rodzaje cięcia, rytm, budowanie oraz rozładowywanie napięcia emocjonalnego, dynamika ruchu - zgodność i przeciwieństwo; oddziaływanie światła, kolorów, kształtów w łączeniu ujęć wspierających fabułą opowieść.		4	
Część praktyczna IV - Kontynuacja nauki technik montażu filmowego na materiale nakręconego krótkiej fabuły: edycja dźwięku, proste animacje czyli praca z klatkami kluczowymi; tworzenie napisów, ilustrowanie narracji słowno-obrazowej odpowiednią muzyką filmową oraz efektem dźwiękowymi (sound designe).		3	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Sprzęt do produkcji filmu: kamera, statyw, zestaw obiektywów, rejestrator dźwięku, mikrofon kierunkowy, światła, statywy. Sprzęt do postprodukcji filmu: stacja robocza do montażu filmowego oraz prezentacji audio-wizualnych.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Projekt video [indywidualny lub w małych grupach] ; Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	BRUCE BLOCK: OPOWIADANIE OBRAZEM. TWORZENIE STRUKTURY WIZUALNEJ W FILMIE, TV I MEDIACH CYFROWYCH, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa 2010		
2	BLAIN BROWN; ŚWIATŁO W FILMIE, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa 2009		
3	Christopher Vogler, Podróż autora. Struktury mityczne dla scenarzystów i pisarzy, Wydawnictwo Wojciech Marzec, W-wa 2008		
Uzupełniająca			
1	Judith Weston, Reżyserowanie aktorów. Tworzenie zapadających w pamięć ról w filmie i telewizji, Wydawnictwo Wojciech Marzec, W-wa 2009		
2	Karol Reisz, Gavin Miller, Thorold Dickinson, Technika montażu filmowego, Wydawnictwo Wojciech Marzec, W-wa 2013		
3	JOSEPH V. MASCELLI; 5 TAJNIKÓW WARSZTATU FILMOWEGO, Wydawnictwo Wojciech Marzec, Warszawa 2010		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty pracy z kamera		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	
Cwiczenia	30	Cwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Podstawowa znajomość obsługi kamery i pracy z nią.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Praktyczna praca z kamerą, nagrywanie obrazu, dźwięku, wywiadów.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrafi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresem sztuk filmowych i teatralnych.		K_U04
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwija się umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
Kompetencje społeczne			
K1	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
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Zapoznanie studentów z obsługą kamery.		8	
2. Zapoznanie studentów z kadrowaniem.		8	
3. Ćwiczenia w prezentowaniu i kadrowaniu.		7	
4. Podsumowanie: prezentacja materiałów filmowych.		7	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
1. Zapoznanie studentów z obsługą kamery.		6	
2. Zapoznanie studentów z kadrowaniem.		6	
3. Ćwiczenia w prezentowaniu i kadrowaniu.		3	
4. Podsumowanie: prezentacja materiałów filmowych.		3	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
kamera, komputer z oprogramowaniem do prezentacji filmowych, green screen, zajęcia w sali przeznaczonej do warsztatów filmowych, zajęcia w plenerze, także podczas różnych wydarzeń kulturalnych			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Nagranie krótkiej formy filmowej: wywiadu, minireportażu, newsa, relacji z wydarzenia			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	5 tajników warsztatu filmowego, Joseph V.Maselli, Warszawa 2007.		
2	M. Górski, Visual Storytelling, Warszawa 2019.		
3			
Uzupełniająca			
1	O sztuce wystąpień publicznych, Maciej Orłowski, Wydawnictwo RM 2018.		
2			
3			

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	WARSZTAT LEKTORA I		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	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	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1

CEL PRZEDMIOTU

Celem jest nauka zasad ortofonii; uświadomienie zasad higieny głosu oraz budowy aparatu mowy i poprawnej fonacji.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Posługiwanie się głosem i brak lęku przed wypowiedzianiem się w grupie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
W2	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17
Umiejętności		
U1	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
Kompetencje społeczne		
K1	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Mowa i jej mechanizmy. Jak rodzi się głos?		2	
Higiena i profilaktyka dot. narządów mowy i słuchu		2	
Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe		2	
Ortofonia - norma i błędy współczesnego języka polskiego		3	
Zasady akcentowania w języku polskim		2	
Kurs dykcji		4	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Mowa i jej mechanizmy. Jak rodzi się głos?		1	
Higiena i profilaktyka dot. narządów mowy i słuchu		1	
Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe		2	
Ortofonia - norma i błędy współczesnego języka polskiego		2	
Zasady akcentowania w języku polskim		1	
Kurs dykcji I		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Sala lustrzana, materace, przestrzeń do ćwiczeń ruchowych, balony, komputer, rzutnik, wi-fi, papier. Pomoce: publikacje, prezentacje, filmy.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność podczas zajęć, zaliczenie na podstawie kolokwium z czytania tekstu dykcyjnego.

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 | H. Miśka (red.), Z zagadnień emisji głosu, Katowice 2015. |
| 2 | B. Kamińska, S. Milewski (red.), Logopedia artystyczna, Gdańsk 2016. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	WARSZTAT LEKTORA II		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	warsztatowy	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
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1

CEL PRZEDMIOTU

Celem jest utrwalenie zasad ortofonii; nauka świadomego czytania i wygłaszania, z uwzględnieniem właściwej intonacji.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Posługiwanie się głosem i brak lęku przed wypowiedzaniem się w grupie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
W2	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17
Umiejętności		
U1	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
Kompetencje społeczne		
K1	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Powtórka wiadomości z I semestru		2	
Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe		2	
Zasady akcentowania w języku polskim - akcent wyrazowy, zdaniowy, intonacja.		3	
Interpretacja głosowa różnych gatunków tekstów (takich jak np. bajka, wiersz, monolog prozą, komentarz do filmu, serwis informacyjny, zapowiedź, itp..)		4	
Czytanie i wygłaszanie tekstów w różnych warunkach akustycznych oraz przy użyciu mikrofonu		4	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Powtórka wiadomości z I semestru		1	
Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe		1	
Zasady akcentowania w języku polskim - akcent wyrazowy, zdaniowy, intonacja.		2	
Interpretacja głosowa różnych gatunków tekstów (takich jak np. bajka, wiersz, monolog prozą, komentarz do filmu, serwis informacyjny, zapowiedź, itp..)		3	
Czytanie i wygłaszanie tekstów w różnych warunkach akustycznych oraz przy użyciu mikrofonu		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Sala lustrzana, materace, przestrzeń do ćwiczeń ruchowych, balony, komputer, rzutnik, wi-fi, papier. Pomoce: publikacje, prezentacje, filmy.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność podczas zajęć, zaliczenie na podstawie kolokwium z wiedzy oraz kolokwium z czytania 2 tekstów - informacyjnego i literackiego.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | B. Toczyska, Elementarne ćwiczenia dykcji, Gdańsk 2007. |
| 2 | B. Tarasiewicz, Mówię i śpiewam świadomie. Podręcznik do nauki emisji głosu, Kraków 2006. |

Uzupelniajaca

- | | |
|---|--|
| 1 | H. Miśka (red.), Z zagadnień emisji głosu, Katowice 2015. |
| 2 | B. Kamińska, S. Milewski (red.), Logopedia artystyczna, Gdańsk 2016. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	1	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności fotografowania. Umiejętności 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			
Wiedza ogólna związana z fotografią.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
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 odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszanego.		5	
Światło jako elementy budujący obraz - portret w świetle zastanym i aranżowanym – ćwiczenia w atelier fotograficznym. Różne schematy oświetlenia portretowego: Rembrandt, Loop, Butterfly Clamshell. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		9	
Światło jako elementy budujący obraz – malowanie światłem, różne rodzaje bokeh, – ćwiczenia w atelier fotograficznym i w plenerze. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		6	
Fotoreportaż - wykonanie własnego fotoreportażu na zadany temat. Plener, fotografia uliczna, obsługa imprezy medialnej (w zależności od potrzeb i możliwości). Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		5	
Makrofotografia lub fotografia zbliżeniowa – ćwiczenia w atelier fotograficznym i w plenerze. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		5	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszanego.		3	
Światło jako elementy budujący obraz - portret w świetle zastanym i aranżowanym – ćwiczenia w atelier fotograficznym. Różne schematy oświetlenia portretowego: Rembrandt, Loop, Butterfly Clamshell. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		6	
Światło jako elementy budujący obraz – malowanie światłem, różne rodzaje bokeh, – ćwiczenia w atelier fotograficznym i w plenerze. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		3	
Fotoreportaż - wykonanie własnego fotoreportażu na zadany temat. Plener, fotografia uliczna, obsługa imprezy medialnej (w zależności od potrzeb i możliwości). Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		3	
Makrofotografia lub fotografia zbliżeniowa – ćwiczenia w atelier fotograficznym i w plenerze. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.		3	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wykłady i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabeżdą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki) . Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne) .

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena.

LITERATURA

Podstawowa

1	Nowy podręcznik fotografii / John Hedgecoe ; tł. z ang. Krzysztof Wojciechowski. - Warszawa: "Arkady", 2005.
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004
3	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987

Uzupełniająca

1	O fotografii / Susan Sontag ; przeł. Sławomir Magala. - Kraków: Wydawnictwo Karakter, 2009.
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawilóści, Kraków 2000
3	Oświetlenie w fotografii / Witold Dederko. - Wyd. 2. - Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1969.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty radiowe		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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Cwiczenia	30	Cwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
Umiejętności			
U1	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
U2	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K3	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	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Analiza warsztatowa wybranych form radiowych		5	
Dźwięk jako istota radia		5	
Realizacja informacyjnych form radiowych i ich montaż		4	
Redagowanie serwisu informacyjnego i jego prezentacja		4	
Sztuka wywiadu dziennikarskiego		4	
Realizacja form publicystycznych i dokumentalnych		4	
Reportaż radiowy		4	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Analiza warsztatowa wybranych form radiowych		4	
Dźwięk jako istota radia		4	
Realizacja informacyjnych form radiowych i ich montaż		2	
Redagowanie serwisu informacyjnego i jego prezentacja		2	
Sztuka wywiadu dziennikarskiego		2	
Realizacja form publicystycznych i dokumentalnych		2	
Reportaż radiowy		2	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Warsztaty są w większości prowadzone w profesjonalnym studiu radiowym w jednej z glogowskich rozgłośni, a także w sali z wyguszonymi ścianami. Narzędzia: komputer, rzutnik, program do montażu audio, dyktafon. Formy przekazu: instruktaż, dyskusja, praca indywidualna i w grupie, nagrania w studiu i w plenerze			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Zadanie nagrania krótkiej formy radiowej, montaż audio			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo. Warszawa, 2008.		
2	Z. Bańca, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.		
3	Boyd A., Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, Kraków 2006.		
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	Stasiak-Krajewska K. (red.), Dziennikarz, mediaworker, influencer : O kontekstach dziennikarskiej profesji, Warszawa 2019.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrąfi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Ć1- Podstawy dziennikarstwa telewizyjnego, cechy typowe dla medium telewizyjnego, odróżniające je swą specyfiką od warsztatu dziennikarza prasowego czy radiowego.		2	
Ć2- Zasady samodzielnego przygotowania i realizacji różnych form wypowiedzi dziennikarza telewizyjnego: prostej informacji, felietonu, wywiadu, programu studyjnofilmowego, reportażu filmowego i innych.		2	
Ć3- Trening przed kamerą: autoprezentacja, interpretacja tekstu czytanego i mówionego, relacja reporterska.		2	
Ć4- Zasady filmowania i montażu filmowego w technologii cyfrowej. Nowoczesne kamery		2	
Ć5- Podstawy montażu.		2	
Ć6- Oprogramowanie komputerów. Precyzyjny montaż na poziomie technicznym spełniającym wymogi profesjonalne.		2	
Ć7- Przygotowanie do zawodu montażysty.		2	
Ć8 - Podstawy reżyserii.		2	
Ć9 - Rola prowadzącego, producenta, operatora obrazu, autora felietonu, lektora czy montażysty.		2	
Ć10 – Obsługa profesjonalnych kamer filmowych i TV (przygotowanie do zawodu operatora kamery).		2	
Ć11 – Nagrywanie programu, dobór i konfiguracja sprzętu filmowego (kamery, dźwięk, światło, systemy montażowe itp.).		2	
Ć12 - Praca indywidualna lub w zespole nad wybranym większym projektem (zwykle reportażem), od własnego pomysłu do samodzielnego montażu i zgrania.		2	
Ć13 - Realizator imprez okolicznościowych RIO.		2	
Ć14 - Ogólna wiedza z zakresu filmu.		2	
Ć15 – Podstawy produkcji filmowej (dostosowanie umiejętności i zainteresowań do dzisiejszej specyfiki rynku).		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Ć1- Podstawy dziennikarstwa telewizyjnego, cechy typowe dla medium telewizyjnego, odróżniające je swą specyfiką od warsztatu dziennikarza prasowego czy radiowego.		1	
Ć2- Zasady samodzielnego przygotowania i realizacji różnych form wypowiedzi dziennikarza telewizyjnego: prostej informacji, felietonu, wywiadu, programu studyjno-filmowego, reportażu filmowego i innych.		2	
Ć3- Trening przed kamerą: autoprezentacja, interpretacja tekstu czytanego i mówionego, relacja reporterska.		1	
Ć4- Zasady filmowania i montażu filmowego w technologii cyfrowej. Nowoczesne kamery		1	
Ć5- Podstawy montażu.		1	
Ć6- Oprogramowanie komputerów. Precyzyjny montaż na poziomie technicznym spełniającym wymogi profesjonalne.		1	
Ć7- Przygotowanie do zawodu montażysty.		1	
Ć8 - Podstawy reżyserii.		1	
Ć9 - Rola prowadzącego, producenta, operatora obrazu, autora felietonu, lektora czy montażysty.		2	
Ć10 – Obsługa profesjonalnych kamer filmowych i TV (przygotowanie do zawodu operatora kamery).		1	
Ć11 – Nagrywanie programu, dobór i konfiguracja sprzętu filmowego (kamery, dźwięk, światło, systemy montażowe itp.).		1	
Ć12 - Praca indywidualna lub w zespole nad wybranym większym projektem (zwykle reportażem), od własnego pomysłu do samodzielnego montażu i zgrania.		2	
Ć13 - Realizator imprez okolicznościowych RIO.		1	
Ć14 - Ogólna wiedza z zakresu filmu.		1	
Ć15 – Podstawy produkcji filmowej (dostosowanie umiejętności i zainteresowań do dzisiejszej specyfiki rynku).		1	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Podręczniki i literatura uzupełniająca. Fachowa prasa z dziedziny mediów (Press) – porady reporterów i operatorów stacji telewizyjnych w kraju i za granicą. Zasady montażu – tutoriale internetowe oraz obsługa podstawowych programów (Studio Pinnacle, Adobe Premiere, Movavi) . Studenci przedstawiają prezentacje multimedialne (z interaktywnymi linkami) oraz krótkie audycje filmowe na temat wybranych materiałów filmowych – podczas zajęć omawiają ich wady i zalety. Zapoznanie studentów z cyfrowymi kamerami i bezprzewodowymi mikrofonami.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, udział w dyskusjach na temat wybranych pozycji z literatury oraz audycji telewizyjnych. Ocena przygotowania i zaprezentowania autorskich prezentacji i filmów związanych z warsztatami telewizyjnymi. Rozmowa na zaliczenie z oceną.

LITERATURA

Podstawowa

1	W. Godzie, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.
2	2. A.Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne, Kraków 2011.
3	3. M.Kita, I. Loewe, Język w telewizji, Katowice 2016.

Uzupełniająca

1	1. Z.Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.
2	2. M. Chyliński, S.Russ-Mohl, Dziennikarstwo, Toruń 2019.
3	3. P. Bourdieu, O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Warszawa 2009.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty z autoprezentacji		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	15	Ćwiczenia	9
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			
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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.	K_U14	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Autoprezentacja wymogiem współczesności; skuteczna autoprezentacja • rodzaje wystąpień publicznych		2	
Cele i warunki wystąpień • etapy przygotowania wystąpień publicznych • wizualizacja wystąpień		3	
Sztuka tworzenia poprawnych prezentacji multimedialnych; • właściwe notatki podstawą odpowiedniego przygotowania wystąpienia publicznego • komunikacja społeczna (werbalna i niewerbalna komunikacja) • sposoby radzenia sobie ze stresem		2	
Prawidłowa dykcja warunkiem skutecznego komunikowania się • prezentacja wystąpień uczestników zajęć;		3	
Ewaluacja wystąpień • najczęściej popełniane błędy w wystąpieniach publicznych		5	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Autoprezentacja wymogiem współczesności; skuteczna autoprezentacja • rodzaje wystąpień publicznych		1	
Cele i warunki wystąpień • etapy przygotowania wystąpień publicznych • wizualizacja wystąpień		2	
Sztuka tworzenia poprawnych prezentacji multimedialnych; • właściwe notatki podstawą odpowiedniego przygotowania wystąpienia publicznego • komunikacja społeczna (werbalna i niewerbalna komunikacja) • sposoby radzenia sobie ze stresem		1	
Prawidłowa dykcja warunkiem skutecznego komunikowania się • prezentacja wystąpień uczestników zajęć;		2	
Ewaluacja wystąpień • najczęściej popełniane błędy w wystąpieniach publicznych		3	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci prezentacji etc.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Prezentacja profesjonalna: teoria i praktyka, red. L. Jabłonowska, P. Wachowiak, S. Winch, Warszawa 2008.
3	West, Edie. Przelamywanie pierwszych lodów, integracja i aktywizacja grupy: materiały szkoleniowe 201 ćwiczeń i gier Wydano: Kraków : ABC a Wolters Kluwer business, 2007

Uzupelniająca

1	Batko Andrzej Perswazja- sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji, Gliwice 2011
2	M. Smycz, Prawo autorkie i prawa pokrewne, 2003, wyd. LEX, 3. M. Jankowska, Autor i prawo do ayutorstwa, wyd. Warszawa Wolter Kruwers Polska
3	M. Mckay, M. Davis, P. Fanning, Sztuka skutecznego porozumiewania się, GWP, Gdańsk 2005

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty z publikacji elektronicznej i projektowanie stron www		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Moduł warsztatowy	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
Laboratorium		Laboratorium	
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			
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			
Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie informatyki i grafiki komputerowej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Wprowadzenie, publikowanie materiałów w sieci Internetowej za pomocą dostępnych serwisów.		1	
Język HTML, struktura strony WWW, kodowanie polskich znaków, tworzenie i formatowanie dokumentów HTML.		5	
Nowe podejście do projektowania stron www, semantyka kodu HTML.		5	
Tworzenie nowoczesnych stron, udoskonalone formularze, osadzanie na stronach grafiki, video, audio oraz animacji.		4	
Kaskadowe arkusze stylów (CSS), składnia CSS, selektory, właściwości, model blokowy, zasady projektowania szablonów.		4	
CMS – systemy zarządzania treścią na przykładzie wordpress. Lokalny serwer www, instalacja i administracja. Tworzenie własnej strony.		9	
Podsumowanie prac projektowych wykonanych w ramach realizowanych zajęć.		2	
RAZEM		30	

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Wprowadzenie, publikowanie materiałów w sieci Internetowej za pomocą dostępnych serwisów.		1	
Język HTML, struktura strony WWW, kodowanie polskich znaków, tworzenie i formatowanie dokumentów HTML.		3	
Nowe podejście do projektowania stron www, semantyka kodu HTML.		3	
Tworzenie nowoczesnych stron, udoskonalone formularze, osadzanie na stronach grafiki, video, audio oraz animacji.		2	
Kaskadowe arkusze stylów (CSS), składnia CSS, selektory, właściwości, model blokowy, zasady projektowania szablonów.		2	
CMS – systemy zarządzania treścią na przykładzie wordpress. Lokalny serwer www, instalacja i administracja. Tworzenie własnej strony.		6	
Podsumowanie prac projektowych wykonanych w ramach realizowanych zajęć.		1	
RAZEM		18	

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wykład problemowy i konwersatoryjny, warsztaty i formy kształcenia na odległość (e-learning)
 Środki dydaktyczne: pracownia komputerowa wyposażona w projektor lub tablicę multimedialną.
 Serwer lub usługa z oprogramowaniem e-learningowym.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ćwiczenia i projekty wykonywane na zajęciach.

LITERATURA**Podstawowa**

1	Projektowanie stron WWW: użyteczność w praktyce / Marek Kasperski, Anna Boguska-Torbicz, [oraz Tomasz Karwatka]. - Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2008.
2	Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW: jak to się robi / Bartosz Danowski, Michał Makaruk. - Wyd. 2 popr. i uzup. - Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2009.

Uzupełniająca

1	Witryny internetowe: podręcznik do nauki zawodu technik informatyk: kwalifikacja E.14.1 / Małgorzata Łokińska. - Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne, 2013.
---	--

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty z kreatywnego pisania 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	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 studenta z zasadami redagowania tekstu literackiego, będącego formą epicką lub/i dramatyczną. Poznanie poetyki tych dwóch rodzajów literackich. Tworzenie własnego tekstu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury, szczególnie w zakresie poetyki dzieła literackiego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ 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	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17	
Umiejętności			
U1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
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 wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09	

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Świat przedstawiony dzieła literackiego. Czym jest kreatywne pisanie?		2	
Analiza świata przedstawionego i kompozycji dzieła literackiego.		2	
Temat utworu. Pułapka autobiografizmu.		2	
Tajniki warsztatu pisarskiego.		3	
Kreacja bohatera tekstu.		2	
Typologia fabuł i rodzaje narracji.		2	
Tworzenie fabuły i konstruowanie narracji.		2	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Świat przedstawiony dzieła literackiego. Czym jest kreatywne pisanie?		3	
Temat utworu. Pułapka autobiografizmu.		3	
Kreacja bohatera tekstu.		3	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, fragmenty filmów dydaktycznych, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej, kamera, mikrofon, dyktafon.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Zredagowanie własnego tekstu literackiego jako pracy semestralnej. Przygotowanie materiału filmowego prezentującego wybrany przez studenta gatunek literacki (na bieżąco - podczas zajęć).

LITERATURA**Podstawowa**

1	J. Wrycza-Bekier, <i>Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> , Gliwice 2014.
2	<i>Słownik literatury popularnej</i> , red. T. Żabski, Wrocław 2006.
3	Sieja H., <i>Wyobraźnia, empatia i twórcze pisanie, Zagadnienia Rodzajów Literackich</i> . 0084-4446. T. 60, z. 1 (2017), s. 9-25.

Uzupełniająca

1	M. Kuziak, S. Rzepczyński, <i>Jak pisać?</i> , Bielsko-Biała 2005.
2	K. Bonda, <i>Maszyna do pisania. Kurs kreatywnego pisania</i> , Warszawa 2015.
3	

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztaty z kreatywnego pisania 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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 studenta z zasadami redagowania tekstu literackiego, będącego formą epicką lub/i dramatyczną. Poznanie poetyki tych dwóch rodzajów literackich. Tworzenie własnego tekstu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury, szczególnie w zakresie poetyki dzieła literackiego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ 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	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.		K_W17
Umiejętności			
U1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
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 wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Rola dialogów w tekście epickim oraz dramatycznym.		2	
Redagowanie dialogów.		3	
Struktura tekstu.		2	
Tworzenie opisów i ich rola w tekście.		2	
Ćwiczenia doskonalące układ kompozycyjny utworu.		2	
Prezentacja i analiza prac semestralnych - własnego tekstu literackiego.		4	
RAZEM	0	15	

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Redagowanie dialogów.		2	
Struktura tekstu.		2	
Tworzenie opisów i ich rola w tekście.		2	
Prezentacja prac semestralnych - własnego tekstu literackiego.		3	
RAZEM	0	9	

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, fragmenty filmów dydaktycznych, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej, kamera, mikrofon, dyktafon.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Zredagowanie własnego tekstu literackiego jako pracy semestralnej. Przygotowanie materiału filmowego prezentującego wybrany przez studenta gatunek literacki (na bieżąco - podczas zajęć).

LITERATURA**Podstawowa**

1	K. Bonda, <i>Maszyna do pisania. Kurs kreatywnego pisania</i> , Warszawa 2015.
2	<i>Słownik literatury popularnej</i> , red. T. Żabski, Wrocław 2006.
3	J. Wrycza-Bekier, <i>Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą thumy</i> , Gliwice 2014.

Uzupełniająca

1	M. Kuziak, S. Rzepczyński, <i>Jak pisać?</i> , Bielsko-Biała 2005.
---	--

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztat Podstawy e-biznesu		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia pierwszego 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		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka) - warsztat	15	Inna forma (warsztat)	9
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
Razem	50	Razem	50
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest zdobycie podstawowej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie prowadzenia biznesu w Internecie.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student powinien potrafić odnaleźć się w środowisku internetowych znać jego uwarunkowania i specyfikę.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
W2	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.		K_W13
Umiejętności			
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U2	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.		K_U05
U3	Potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację projektu w różnych obszarach zawodowych związanych ze studiowanym kierunkiem.		K_U06
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02

TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Uwarunkowania prowadzenia E-biznesu			2
Modele prowadzenia działalności gospodarczej w Interencie			2
Etapy tworzenia firmy w Interencie			2
Poszukiwanie źródeł finansowania w E-biznesie (przykłady, możliwości, potencjał)			2
Projekt zespołowy "Mój E-biznes"			4
Prezentacja pracy zespołowej w ramach zaliczenia			3
RAZEM	0	0	15

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Uwarunkowania prowadzenia E-biznesu			1
Modele prowadzenia działalności gospodarczej w Interencie			1
Etapy tworzenia firmy w Interencie			1
Poszukiwanie źródeł finansowania w E-biznesie (przykłady, możliwości, potencjał)			1
Projekt zespołowy "Mój E-biznes"			3
Prezentacja pracy zespołowej w ramach zaliczenia			2
RAZEM	0	0	9

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Zaplecze komputerowe oraz Internet

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ocena przez prowadzącego zajęcia zadania zespołowego "Mój E-biznes".

LITERATURA**Podstawowa**

1	Piech K., E-biznes - innowacje w usługach : teoria, praktyka, przykłady, Warszawa 2012.
2	Grąbczewska K., Praktyczne rozwiązania w działalności e-commerce = Practical solutions in e-commerce, Marketing i Rynek. 1231-7853 R. 27, nr 11 (2020), s. 29-35.
3	Norris M., E-Biznes, Warszawa 2001.

Uzupełniająca

1	E-commerce. Strategia, zarządzanie, finanse/ Justyna skorupska - Warszawa, Wydawnictwo PWN , 2017
2	Współczesna etykieta biznesu w codziennej praktyce w Polsce / Irena Kamińska-Radomska. - Warszawa: Wydawnictwa Uniwersytetu Warszawskiego, 2015.
3	Biblia e-biznesu 3.0/ Macej Dutko- Gliwice, Wydawnictwo "Helion", 2021.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Warsztat edycji 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	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	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Warsztat edycji obrazu to przedmiot stanowiący fundament dalszej pracy studenta w trzech podstawowych programach, które są konieczne do swobodnej twórczości przez cały okres kształcenia na kierunku Nowe media. Znajomość środowiska Adobe jest konieczna, nie tylko ze względu na fakt, że wszystkie zadanie prowadzone na większości moidółów specjalnościowych wymaga biegłej znajomości chociażby jednego z nich, ale również z tego względu, że w dużej mierze stanowi podstawę pierwszych kroków na rynku pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>Podstawowa znajomość pojęć z informatyki oraz obsługi środowiska komputerowego.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
W3	Żna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U3	Potrąfi 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 twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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
Podstawowe zagadnienia z zakresu kompozycji obrazu		2	
Zagadnienia typograficzne: rodzaje fontów (język opisu, postać użytkowa).		2	
Technologiczna (cyfrowa) postać znaku drukarskiego – atrybuty fontu (pole znaku, system linii, pary kerningowe, informacje własnościowe).		2	
Obwiednie kształtów; miary typograficzne; technika składu, formatowania i łamania tekstu; techniki makietowania; narzędzia programistyczne.		2	
Zagadnienia drukarskie druku cyfrowego i poligrafii: CMYK, paser, linie cięcia, linie złożzeń, wykrojniki, kolory dodatkowe. Praktyka przygotowania do druku (cyfra, poligrafia).		4	
Programy do tworzenia publikacji dla poligrafii (Adobe: InDesign, Illustrator, Photoshop, Acrobat);		18	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawowe zagadnienia z zakresu kompozycji obrazu		1	
Zagadnienia typograficzne: rodzaje fontów (język opisu, postać użytkowa).		1	
Technologiczna (cyfrowa) postać znaku drukarskiego – atrybuty fontu (pole znaku, system linii, pary kerningowe, informacje własnościowe).		1	
Obwiednie kształtów; miary typograficzne; technika składu, formatowania i łamania tekstu; techniki makietowania; narzędzia programistyczne.		1	
Zagadnienia drukarskie druku cyfrowego i poligrafii: CMYK, paser, linie cięcia, linie złożzeń, wykrojniki, kolory dodatkowe. Praktyka przygotowania do druku (cyfra, poligrafia).		2	
Programy do tworzenia publikacji dla poligrafii (Adobe: InDesign, Illustrator, Photoshop, Acrobat);		12	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Pracownia edycji obrazu, wyposażona w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela z dostępem do Internetu, stanowiska komputerowe (jedno stanowisko dla jednego studenta), pakiet programów graficznych, projektor multimedialny lub duży wyświetlacz ścienny, każde stanowisko z monitorem graficznym, tabletem graficznym i słuchawkami, skanery do oryginałów nieprzezroczystych (po jednym urządzeniu na cztery stanowiska komputerowe), skaner do oryginałów transparentnych, drukarkę zapewniającą fotograficzną jakość wydruku, drukarkę wielkoformatową, aparat cyfrowy, kamerę cyfrową, profesjonalne oprogramowanie do obróbki grafiki rastrowej oraz tworzenia i edycji grafiki wektorowej, oprogramowanie wspomagające tworzenie prezentacji, sprzęt i oprogramowanie do wykonywania skanowania obrazów fotograficznych, cyfrowej obróbki obrazu, archiwizacji oraz wydruku obrazów.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA

Podstawowa

1	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 1, Percepcja, akwizycja, wizualizacja / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2010
2	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 2, Dyskretyzacja obrazu, operacje pikselowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.

Uzupelniajaca

1	Adobe Illustrator CS4/CS4 PL: oficjalny podręcznik / tł. Piotr Cieślak. - Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2009.
2	Adobe Photoshop PL edycja 2020 : oficjalny podręcznik / Andrew Faulkner, Conrad Chavez ; przekład: Piotr Cieślak, Zbigniew Waśko. - Gliwice : Helion, 2021.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Projektowanie graficzne I warsztaty grafiki wektorowej		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	3	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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

Ćwiczenia praktyczne na temat tworzenia wizualnych skrótów myślowych. Każdy projekt ma dostosowaną formę tworzenia, logiczną strukturę i spójną formę wyrazu. Przyjęte założenia pozwalają zbudować regułę widoczną w końcowej prezentacji. Budowanie spójnych przestrzeni dla kształtu, barwy czy proporcji. Student opracowuje projekt dostosowując metodę działania dla wybranego zagadnienia. Określa założenia czytelnego projektu z większą ilością elementów w całość, co sprawia, że powtarzalność formy, barwy znaku i typografii tworzy system graficzny. Elementy wykładu wspierane prezentacją, dyskusją, ćwiczeniami, pogadanka heurystyczna, realizacją projektów.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie obsługi komputera.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
Umiejętności		
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
U3	Potrąfi 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 twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
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 UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Projekt prostego systemu graficznego, opartego o funkcję identyfikującą i będący głównym elementem całości układu. Treść zadania określa zasady projektowe dla znaku czyli jego rolę, treści jakie za sobą niesie, konstrukcję, formę i barwę. Sygnet odgrywa kluczowe znaczenie, podobnie jak odpowiedni dobór typografii.		7	
Badanie realizacji ścisłego związku między formą graficzną (symbolem graficznym) a typografią. Precyzyjne zdefiniowanie warunków dotyczących w/w zagadnień zamieszczone jest w opisie projektu (elementy księgi znaku). Budowanie i dokumentacja podstawowego systemu graficznego.		7	
Projekt typograficzny, z grafiki wydawniczej. Założenia techniczne i plastyczne. Treść zadania określają zasady projektu wydawniczego. Funkcję, treści jakie za sobą niesie wybrany element, jego konstrukcję, formę, typografię czy barwę. Zarówno forma jak i elementy siatki, layout, pagina to kluczowe znaczenie, podobnie jak odpowiedni świadomy dobór typografii		8	
Próba stworzenia systemu znaków. Określanie zasad projektowych oraz funkcji znaku (funkcja – identyfikująca, informacyjna). Rola barwy i zasady typograficzne w prezentacji poszczególnych elementów. Aplikacja znaku na określonej płaszczyźnie jako jeden z etapów rozwiązania. Precyzyjne zdefiniowanie reguł budowania informacji, które zamieszczono w opisie projektu. Analityczna forma projektowania systemu znaków.		8	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Projekt prostego systemu graficznego, opartego o funkcję identyfikującą i będący głównym elementem całości układu. Treść zadania określa zasady projektowe dla znaku czyli jego rolę, treści jakie za sobą niesie, konstrukcję, formę i barwę. Sygnet odgrywa kluczowe znaczenie, podobnie jak odpowiedni dobór typografii.		4	
Badanie realizacji ścisłego związku między formą graficzną (symbolem graficznym) a typografią. Precyzyjne zdefiniowanie warunków dotyczących w/w zagadnień zamieszczone jest w opisie projektu (elementy księgi znaku). Budowanie i dokumentacja podstawowego systemu graficznego.		4	
Projekt typograficzny, z grafiki wydawniczej. Założenia techniczne i plastyczne. Treść zadania określają zasady projektu wydawniczego. Funkcję, treści jakie za sobą niesie wybrany element, jego konstrukcję, formę, typografię czy barwę. Zarówno forma jak i elementy siatki, layout, pagina to kluczowe znaczenie, podobnie jak odpowiedni świadomy dobór typografii		5	
Próba stworzenia systemu znaków. Określanie zasad projektowych oraz funkcji znaku (funkcja – identyfikująca, informacyjna). Rola barwy i zasady typograficzne w prezentacji poszczególnych elementów. Aplikacja znaku na określonej płaszczyźnie jako jeden z etapów rozwiązania. Precyzyjne zdefiniowanie reguł budowania informacji, które zamieszczono w opisie projektu. Analityczna forma projektowania systemu znaków.		5	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Pracownia projektowania graficznego, wyposażona w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela z dostępem do Internetu, stanowiska komputerowe (jedno stanowisko dla jednego studenta), pakiet programów graficznych, projektor multimedialny lub duży wyświetlacz naścienny, każde stanowisko z monitorem graficznym, tabletem graficznym i słuchawkami, skanery do oryginałów nieprzezroczystych (po jednym urządzeniu na cztery stanowiska komputerowe), skaner do oryginałów transparentnych, drukarkę zapewniającą fotograficzną jakość wydruku, drukarkę wielkoformatową, profesjonalne oprogramowanie do obróbki edycji grafiki wektorowej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA

Podstawowa

1	Wprowadzenie do grafiki komputerowej / J[ames] D. Foley [et al.] ; z ang. przeł. Jan Zabrodzki. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1995.
2	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 1. Percepcja, akwizycja, wizualizacja / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2010
3	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 2. Dyskretyzacja obrazu, operacje pikselowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.

Uzupelniajaca

1	Adobe Illustrator CS4/CS4 PL: oficjalny podręcznik / tł. Piotr Cieślak. - Gliwice: Wydawnictwo Helion, 2009.
2	Multimedia: podstawy teoretyczne i zastosowania praktyczne / Alicja Wieczorkowska. - Warszawa: Wydawnictwo Polsko-Japońskiej Szkoły Techniki Komputerowych, 2008.
3	Grafika komputerowa: metody i narzędzia: praca zbiorowa / pod red. Jana Zabrodzkiego ; aut. Jerzy Chrząszcz [et al.]. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1994.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Projektowanie graficzne II warsztaty grafiki rastrowej		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	3	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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

Ćwiczenia praktyczne na temat tworzenia wizualnych skrótów myślowych. Każdy projekt ma dostosowaną formę tworzenia, logiczną strukturę i spójną formę wyrazu. Przyjęte założenia pozwalają zbudować regułę widoczną w końcowej prezentacji. Budowanie spójnych przestrzeni dla kształtu, barwy czy proporcji. Student opracowuje projekt dostosowując metodę działania dla wybranego zagadnienia. Określa założenia czytelnego projektu z większą ilością elementów w całość, co sprawia, że powtarzalność formy, barwy znaku i typografii tworzy system graficzny. Elementy wykładu wspierane prezentacją, dyskusją, ćwiczeniami, pogadanką heurystyczną, realizacją projektów.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu historii sztuki i kultury, znajomość obsługi komputera i korzystania z Internetu, orientowanie się w aktualnych trendach i zjawiskach występujących w szeroko rozumianym projektowaniu graficznym w Polsce i na świecie, kreatywność, umiejętności manualno-artystyczne, twórcza obserwacja, umiejętne wykorzystywanie inspiracji zewnętrznych oraz ich analizowanie w celu poszerzenia zasobu wiedzy

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
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 samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
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 twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
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 UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Nauka dokonywania skojarzeń, metaforyzowania i transformowania wybranych treści w procesie projektowo-graficznym		4	
Umiejętność logicznego zarządzania treścią oraz obrazem fotograficznym w publikacji wielostronicowej		4	
Analiza programów graficznych (Adobe Photoshop/ Adobe InDesign) oraz właściwości i znaczenia w procesie tworzenia innych materiałów pomocniczych (aparatury cyfrowej, skaner, rysunki i szkice)		2	
Obróbka zdjęć i retusz komputerowy z wykorzystaniem programu Adobe Photoshop		6	
Kolaż artystyczny bazujący na własnych zdjęciach i narzędziach programu Adobe Photoshop.		7	
Budowanie właściwego przekazu społecznego oraz właściwy dobór środków artystycznych w formach projektowych (np.: plakat filmowy, plakat społeczny, kampania społeczna, projektowanie opakowań itp.)		7	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Nauka dokonywania skojarzeń, metaforyzowania i transformowania wybranych treści w procesie projektowo-graficznym		2	
Umiejętność logicznego zarządzania treścią oraz obrazem fotograficznym w publikacji wielostronicowej		2	
Analiza programów graficznych (Adobe Photoshop/ Adobe InDesign) oraz właściwości i znaczenia w procesie tworzenia innych materiałów pomocniczych (aparatury cyfrowej, skaner, rysunki i szkice)		1	
Obróbka zdjęć i retusz komputerowy z wykorzystaniem programu Adobe Photoshop		3	
Kolaż artystyczny bazujący na własnych zdjęciach i narzędziach programu Adobe Photoshop.		5	
Budowanie właściwego przekazu społecznego oraz właściwy dobór środków artystycznych w formach projektowych (np.: plakat filmowy, plakat społeczny, kampania społeczna, projektowanie opakowań itp.)		5	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Pracownia projektowania graficznego, wyposażona w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela z dostępem do Internetu, stanowiska komputerowe (jedno stanowisko dla jednego studenta), pakiet programów graficznych, projektor multimedialny lub duży wyświetlacz naścienny, każde stanowisko z monitorem graficznym, tabletem graficznym i słuchawkami, skanery do oryginałów nieprzezroczystych (po jednym urządzeniu na cztery stanowiska komputerowe), skaner do oryginałów transparentnych, drukarkę zapewniającą fotograficzną jakość wydruku, drukarkę wielkoformatową, profesjonalne oprogramowanie do obróbki edycji grafiki rastrowej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA

Podstawowa

1	Wprowadzenie do grafiki komputerowej / J[ames] D. Foley [et al.] ; z ang. przeł. Jan Zabrodzki. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1995.
2	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 1, Percepcja, akwizycja, wizualizacja / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2010
3	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 2, Dyskretyzacja obrazu, operacje pikselowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.

Uzupełniająca

1	Adobe Photoshop PL. edycja 2020 : oficjalny podręcznik / Andrew Faulkner, Conrad Chavez ; przekład: Piotr Cieślak, Zbigniew Waśko. - Gliwice : Helion, 2021.
2	Multimedia: podstawy teoretyczne i zastosowania praktyczne / Alicja Wiczorkowska. - Warszawa: Wydawnictwo Polsko-Japońskiej Szkoły Technik Komputerowych, 2008.
3	Grafika komputerowa: metody i narzędzia: praca zbiorowa / pod red. Jana Zabrodzkiego ; aut. Jerzy Chrząszcz [et al.]. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1994.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	6	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 przedmiotu jest analiza języka i zjawisk medialnych oraz kształcenie umiejętności posługiwania się stopniu podstawowym, analogowym i cyfrowym warsztatem edycji i emisji obrazu i dźwięku. Rozpoznanie reguł obrazowania ekranowego. Rozumienie specyfiki działań intermedialnych oraz umiejętność kreowania w obszarze sztuki mediów			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza w zakresie zjawisk medialnych, podstawowa wiedza z zakresu montażu filmowego montażu dźwięku, grafiki wektorowej, środowiska 3D, pozwalająca na płynne przechodzenie między środowiskami pracy.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
U3	Potrąfi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medjoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.	K_U16	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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 UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wprowadzenie w obszar grafiki działań intermedialnych.	2		
Opracowanie tematów realizacyjnych	2		
Formy scenariuszowe - struktura, warianty, motywy, idee	2		
Prezentacje, analizy, konstrukcje zagadnień pokrewnych, analiza faktów kulturowych.	3		
Rozpoznawanie oraz doświadczanie porządków postrzegania, transmisji i notacji intermedialnych.	3		
Realizacje, oceny, omówienie poszczególnych etapów realizacji projektu, konsultacje.	3		
Analiza swobodnej kreacji artystycznej		5	
Tworzenie autorskich realizacji multimedialnych wykorzystujących różnorodne możliwości związane z warsztatem cyfrowym: -łączenie odmiennych technik realizacyjnych (np. analogowych i cyfrowych) -łączenie przestrzeni z dźwiękiem -wykorzystywanie interaktywności -tworzenie obiektów, instalacji i akcji multimedialnych		10	
RAZEM	15	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wprowadzenie w obszar grafiki działań intermedialnych.	1		
Opracowanie tematów realizacyjnych	1		
Formy scenariuszowe - struktura, warianty, motywy, idee	1		
Prezentacje, analizy, konstrukcje zagadnień pokrewnych, analiza faktów kulturowych.	2		
Rozpoznawanie oraz doświadczanie porządków postrzegania, transmisji i notacji intermedialnych.	2		
Realizacje, oceny, omówienie poszczególnych etapów realizacji projektu, konsultacje.	2		
Analiza swobodnej kreacji artystycznej		3	
Tworzenie autorskich realizacji multimedialnych wykorzystujących różnorodne możliwości związane z warsztatem cyfrowym: -łączenie odmiennych technik realizacyjnych (np. analogowych i cyfrowych) -łączenie przestrzeni z dźwiękiem -wykorzystywanie interaktywności -tworzenie obiektów, instalacji i akcji multimedialnych		6	
RAZEM	9	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Pracownia grafiki intermedialnej, wyposażona w: stanowisko komputerowe dla nauczyciela z dostępem do Internetu, stanowiska komputerowe (jedno stanowisko dla jednego studenta), pakiet programów graficznych, projektor multimedialny lub duży wyświetlacz naścienny, każde stanowisko z monitorem graficznym, tabletem graficznym i słuchawkami, skanery do oryginałów nieprzezroczystych (po jednym urządzeniu na cztery stanowiska komputerowe), skaner do oryginałów transparentnych, drukarkę zapewniającą fotograficzną jakość wydruku, drukarkę wielkoformatową, aparat cyfrowy, kamerę cyfrową, profesjonalne oprogramowanie do obróbki grafiki rastrowej i edycji grafiki wektorowej, oprogramowanie wspomagające tworzenie animacji, sprzęt i oprogramowanie do wykonywania cyfrowej obróbki obrazu, montażu filmów, animacji oraz mapowania 3d

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Indywidualne korekty, konsultacje, pokazy i prezentacje, ćwiczenia warsztatowe, realizacje projektów zespołowych. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA

Podstawowa

1	Manovich Lev., Język nowych mediów, Warszawa 2006. Chyla W., Szkice o kulturze audiowizualnej
2	Nowoczesność od czasu postmodernizmu oraz inne eseje, przekł. Zbiorowy, Gdańsk 2000. Mc. Luchan M.,
3	McLuhan M., Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, Warszawa 2004.
Uzupelniajaca	
1	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 2. Dyskretyzacja obrazu, operacje pikselowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademička Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.
2	Technologie internetowe / Magdalena Kaliszewska, Tomasz Piecukiewicz, Aneta Sobczak, Krzysztof Stencel. - Warszawa: PJWSTK, 2007.
3	Przetwarzanie obrazów / Marek Doros. - wyd. 6 popr. - Warszawa: Wydawnictwo WIT, 2005.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	CYFROWA OBRÓBKA AUDIO-VIDEO		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
Laboratorium		Laboratorium	
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 postprodukcji materiałów audio-video			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość oprogramowania do montażu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacje we współczesnej kulturze.	K_W06	
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 samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce		4	
Przestrzeń dźwięku - muzyka jako tło, łączenie różnych źródeł dźwięku		4	
Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku		6	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu		2	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach		4	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie		4	
Montaż online i offline		4	
Konwersje formatów obrazu		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce		2	
Przestrzeń dźwięku - muzyka jako tło, łączenie różnych źródeł dźwięku		2	
Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku		4	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu		2	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach		2	
Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie		2	
Montaż online i offline		2	
Konwersje formatów obrazu		2	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, dyktafon, oprogramowania do montażu i obróbki cyfrowej; instruktaż, ćwiczenia na gotowym oraz na tworzonym materiale

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

aktywność, wykonywanie zadań z zajęć, obróbka zadanego materiału pod kątem korekty obrazu i dźwięku

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witekowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004 |
| 2 | Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|--|
| 1 | Bauer Z., Chudziński E. Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000, |
| 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	MONTAŻ VIDEO W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH		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
Laboratorium		Laboratorium	
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 tworzenia i postprodukcji materiałów audio-video przeznaczonych do publikowania w mediach społecznościowych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość oprogramowania do montażu			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
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 samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Filmowe formy postów w mediach społecznościowych - zależność parametrów od danego kanału mediów. Trendy obecne w mediach społecznościowych - Facebook, Instagram, Tik-Tok		6	
Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce z przeznaczeniem dla mediów społecznościowych		2	
Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku		6	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu		2	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach		4	
Konwersje formatów obrazu		2	
Tworzenie filmów na YouTube - wymagania platformy, trendy wśród youtuberów, parametry techniczne		8	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Filmowe formy postów w mediach społecznościowych - zależność parametrów od danego kanału mediów. Trendy obecne w mediach społecznościowych - Facebook, Instagram, Tik-Tok		2	
Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce z przeznaczeniem dla mediów społecznościowych		2	
Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku		2	
Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu		2	
Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach		2	
Konwersje formatów obrazu		2	
Tworzenie filmów na YouTube - wymagania platformy, trendy wśród youtuberów, parametry techniczne		6	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, dyktafon, oprogramowania do montażu i obróbki cyfrowej; instruktaż, ćwiczenia na gotowym oraz na tworzonym materiale

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

aktywność, wykonywanie zadań z zajęć, stworzenie, obróbka i publikacja filmu na YouTube, przygotowanie rolki na Instagram

LITERATURA**Podstawowa**

- 1 Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, Grzegorz Stawikowski, Wydawnictwo "Helion" , 2004
- 2 Górska M., Visual storytelling : jak opowiadać językiem video, Warszawa 2019.

Uzupelniajaca

- 1 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	PODSTAWY ANIMACJI I MODELOWANIA 3D I		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
Laboratorium		Laboratorium	
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	4
CEL PRZEDMIOTU			
Nauka oprogramowania do grafiki 3D			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość oprogramowania Photoshop			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
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 samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Nauka programu Blender - praktyczne używanie narzędzi do modelowania		3	
Praca z trójwymiarowymi obiektami		4	
Tworzenie realistycznych materiałów i tekstur		4	
Mapowanie tekstur na obiektach		4	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Nauka programu Blender - praktyczne używanie narzędzi do modelowania		3	
Praca z trójwymiarowymi obiektami		2	
Tworzenie realistycznych materiałów i tekstur		2	
Mapowanie tekstur na obiektach		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, dyktafon, oprogramowania do montażu i obróbki cyfrowej; instruktaż,

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

aktywność, wykonywanie zadań z zajęć,

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|--|
| 1 | J. Matulewski, Grafika 3D czasu rzeczywistego. Nowoczesny OpenGL, Warszawa 2016. |
| 2 | Bell, 3ds max 6, skuteczne rozwiązania: największy zbiór porad i tricków dla użytkowników 3ds max 6, Gliwice 2004. |
| 3 | Kaziūnas A., Świat druku 3D. Przewodnik: kompendium wiedzy o druku 3D!, Gliwice 2014. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|---|
| 1 | Matulewski J., Grafika, fizyka, metody numeryczne: symulacje fizyczne z wizualizacją 3D, Warszawa 2010. |
|---|---|

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	PODSTAWY ANIMACJI I MODELOWANIA 3D II		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
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1
CEL PRZEDMIOTU			
Tworzenie animacji i grafik 3D			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość oprogramowania Blender			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
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 samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Tworzenia własnych modeli 3D i ich animacji		3	
Podstawy tworzenia różnego typu materiałów nadawanych obiektom 3D		4	
Używanie tekstur do tworzenia fotorealistycznych materiałów zgodnych ze standardem PBR		4	
Komponowanie sceny, pracy z kamerą i animacji ujęć		4	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Tworzenia własnych modeli 3D i ich animacji		3	
Podstawy tworzenia różnego typu materiałów nadawanych obiektom 3D		2	
Używanie tekstur do tworzenia fotorealistycznych materiałów zgodnych ze standardem PBR		2	
Komponowanie sceny, pracy z kamerą i animacji ujęć		2	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, oprogramowanie Blender instruktaż,

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

aktywność, wykonywanie zadań z zajęć, utworzenie własnego modelu 3D oraz własnej animacji

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|--|
| 1 | J. Matulewski, Grafika 3D czasu rzeczywistego. Nowoczesny OpenGL, Warszawa 2016. |
| 2 | Bell, 3ds max 6, skuteczne rozwiązania: największy zbiór porad i tricków dla użytkowników 3ds max 6, Gliwice 2004. |
| 3 | Kaziunas A., Świat druku 3D. Przewodnik: kompendium wiedzy o druku 3D!, Gliwice 2014. |

Uzupelniajaca

- | | |
|---|---|
| 1 | Matulewski J., Grafika, fizyka, metody numeryczne: symulacje fizyczne z wizualizacją 3D, Warszawa 2010. |
|---|---|

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Fotografia prasowa i 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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Cwiczenia	30	Cwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
W3	Zna i rozumie metody, narzędzia i techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach i komunikacji społecznej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, szczególnie technologie informacyjne, pozwalające opisywać wybrane struktury i instytucje społeczne oraz zachodzące w nich zmiany.	K_W10	
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Fotografia prasowa i reporterska - fotoreportaż, zasady pracy fotoreportera,		4	
Relacja fotografii do tekstu w prasie. Fotografia na okładce (jako okładka). Funkcja perswazyjna fotografii w prasie		6	
Współpraca fotografa z dziennikarzem piszącym tekst oraz reaserch		2	
Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach prasowych.		2	
Fotografia użytkowa - funkcje, rodzaje, cel		6	
Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach użytkowych		2	
Nauka fotografowania newsowego, reportażowego i archiwizowania własnych materiałów zdjęciowych		8	
RAZEM	0	30	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Fotografia prasowa i reporterska - fotoreportaż, zasady pracy fotoreportera,		2	
Relacja fotografii do tekstu w prasie. Fotografia na okładce (jako okładka). Funkcja perswazyjna fotografii w prasie		4	
Współpraca fotografa z dziennikarzem piszącym tekst oraz reaserch		2	
Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach prasowych.		2	
Fotografia użytkowa - funkcje, rodzaje, cel		2	
Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach użytkowych		2	
Nauka fotografowania newsowego, reportażowego i archiwizowania własnych materiałów zdjęciowych		4	
RAZEM	0	18	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Aparat fotograficzny (dostępny na uczelni, a także ten w telefonie), oprogramowanie do postprodukcji, archiwizacji, komputer, rzutnik, wi-fi. Formy przekazu: prezentacje multimedialne, literatura przedmiotu, analiza prasy i materiałów reklamowych czy opakowań.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Zadanie praktyczne: wybór jednego z gatunków i stworzenie serii zdjęć powiązanych tematycznie, odpowiadających treści i przeznaczeniu danego tematu lub produktu.			
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 Demenci 1982 - 1991, Wrocław 2007		
2	Wojciech Zawadzki, 100 fotografii 1975-2006, Wrzesień 2007		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Cwiczenia	15	Cwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
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 kwalifikowanych przykładowych kadrow fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza ogólna związana z fotografią			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U3	Potrąfi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medjoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.		K_U16
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Fotografia studyjna - ustawienia światła, funkcja nadajników i praca na grupach lamp		3	
Praktyczne zastosowanie lamp błyskowych systemowych i studyjnych		3	
Praca z człowiekiem na planie		3	
Modelowanie światłem stałym i błyskowym		3	
Modyfikatory światła		3	
RAZEM	0	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L / P
Fotografia studyjna - ustawienia światła, funkcja nadajników i praca na grupach lamp		2	
Praktyczne zastosowanie lamp błyskowych systemowych i studyjnych		2	
Praca z człowiekiem na planie		2	
Modelowanie światłem stałym i błyskowym		2	
Modyfikatory światła		1	
RAZEM	0	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
aparat fotograficzny, komputer z oprogramowaniem do postprodukcji, lampy, sala-studio; forma prowadzenia zajęć: instruktaż, analiza, ćwiczenia z aparatem w studiu i w plenerze			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Projekt fotograficzny na zadany temat.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Charlotte Cotton, Fotografia jako sztuka współczesna, Kraków 2010		
2	Adam Sobota, Konceptualność fotografii, Bielsko-Biala 2004		
3	Briot A., Fotografia artystyczna : od inspiracji do obrazu, Gliwice 2011.		
Uzupełniająca			
1	Zbigniew Tomaszczuk, Świadomość kadru / szkice z estetyki fotografii, Wrzesnia 2003		
2	Wiesław Banach, Zdzisław Beksiński / antologia twórczości, Rzeszów 2007		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.	K_U14	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystanie elementów wizualnych w sprzedaży		5	
Systemy wystawiennicze - analogowe oraz multimedialne		5	
Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa i ich tworzenie.		5	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystanie elementów wizualnych w sprzedaży		3	
Systemy wystawiennicze - analogowe oraz multimedialne		3	
Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa i ich tworzenie.		3	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci prezentacji etc.

LITERATURA**Podstawowa**

1	A. Murduch, Kreatywność w reklamie, Wydawnictwo naukowe PWN, 2003 rok.
2	D. Daliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, Wyd. GWP, Gdańsk 2008 rok

Uzupełniająca

1	Burska K., Kreatywność językowa w reklamie: podręcznik nie tylko dla specjalistów, Łódź 2016.
---	---

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Gamifikacja		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	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Cwiczenia	15	Cwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju profesjonalnych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	4	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania	4	4	
Struktura gry - jak budować hierarchie	4	4	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji	3	3	
RAZEM	15	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	3	3	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania	2	2	
Struktura gry - jak budować hierarchie	2	2	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji	2	2	
RAZEM	9	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, tablety graficzne, rzutnik, wi-fi, gry, oprogramowanie do tworzenia gier			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
kolokwium z wiedzy teoretycznej; w zakresie wiedzy praktycznej - przygotowanie scenariusza gry i/lub stworzenie gry			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Paweł Tkaczyk - GRY WALIZACJA. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych Wydawnictwo Onepress		
2	McStay, Andrew, Reklama cyfrowa : podręcznik / Andrew McStay ; tl. Karolina Jankowiak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego , 2020		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Film promocyjny - projekt medialny I		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
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Celem zajęć jest wyposażenie w wiedzę na temat idei i filmu promocyjnego, różnorodności form, a także przygotowanie scenariusza filmu promocyjnego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Umiejętności w zakresie operowania kamerą, montażem, wiedza na temat budowania obrazu filmowego.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05	
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębioną w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11	
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 prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.	K_U14	

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	
TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Film promocyjny - rodzaje, tematyka, przeznaczenie		2	
Retoryka filmu promocyjnego - perswazyjność obrazu filmowego		2	
Przegląd najlepszych filmów promocyjnych		2	
Wybór tematu projektu i podział zadań		2	
Praca nad scenariuszem projektu		6	
Utworzenie bazy kontaktów medialnych w celu rozpropagowania projektu		1	
RAZEM	0	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Film promocyjny - rodzaje, tematyka, przeznaczenie		1	
Retoryka filmu promocyjnego - perswazyjność obrazu filmowego		1	
Przegląd najlepszych filmów promocyjnych		1	
Wybór tematu projektu i podział zadań		1	
Praca nad scenariuszem projektu		4	
Utworzenie bazy kontaktów medialnych w celu rozpropagowania projektu		1	
RAZEM	0	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, rzutnik, wi-fi, filmy, prezentacje, literatura			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Aktywność, zaangażowanie, wykonywanie zadań z zajęć			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Pabian A., Promocja: nowoczesne środki i formy: monografia, Warszawa 2008.		
2	M. Górka, Visual Storytelling, Warszawa 2019.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Film promocyjny - projekt medialny II		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
Laboratorium		Laboratorium	
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 wyposażenie w wiedzę na temat idei i filmu promocyjnego, różnorodności form, a także przygotowanie scenariusza filmu promocyjnego.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Umiejętności w zakresie operowania kamerą, montażem, wiedza na temat budowania obrazu filmowego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11
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 prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Rozplanowanie działań i podział studentów na grupy		2	
Wybór osób do wywiadu i przeprowadzenie wywiadów		2	
Zdjęcia plenerowe		8	
Dobór muzyki		4	
Praca nad montażem		10	
Działania związane z reklamą powstałego dzieła, organizacja gali pokazowej		4	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L /P
Rozplanowanie działań i podział studentów na grupy		2	
Wybór osób do wywiadu i przeprowadzenie wywiadów		4	
Zdjęcia plenerowe		4	
Dobór muzyki i praca nad montażem		6	
Działania związane z reklamą powstałego dzieła, organizacja gali pokazowej		2	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, kamera, oświetlenie, sala do nagrań, oprogramowanie do montażu

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Aktywność, zaangażowanie, wykonywanie zadań z zajęć zmierzających do stworzenia filmu promocyjnego

LITERATURA**Podstawowa**

1	Pabian A., Promocja: nowoczesne środki i formy: monografia, Warszawa 2008.
2	M. Górską, Visual Storytelling, Warszawa 2019.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Public Relations 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	III	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Cwiczenia	15	Cwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.		K_W11
Umiejętności			
U1	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U2	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrąfi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medjoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.		K_U16
Kompetencje społeczne			
K1	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
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Strategie PR w Internecie.	1	1	
Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w public relations.	1	1	
Witryna internetowa jako narzędzie public relations.	1	1	
Organizacja internetowego biura public relations.	1	1	
Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.	1	1	
Organizacja firmy public relations w Internecie.	1	1	
Monitorowanie mediów on-line.	1	1	
Pozycjonowanie witryny public relations.	1	1	
Praca z grupami dyskusyjnymi online.	1	1	
Internetowe narzędzia komunikacji.	1	1	
Media społecznościowe w public relations.	1	1	
Tworzenie blogów i mikroblogów w public relations.	1	1	
Tworzenie serwisów wideo w public relations.	1	1	
Tworzenie baz danych w public relations.	1	1	
Internetowy savoir-vivre.	1	1	
RAZEM	15	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Strategie PR w Internecie.	1	1	
Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w public relations.	1	1	
Witryna internetowa jako narzędzie public relations.	1	1	
Organizacja internetowego biura public relations.	1	1	
Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.	1	1	
Organizacja firmy public relations w Internecie.	1	1	
Monitorowanie mediów on-line.	1	1	
Pozycjonowanie witryny public relations.	1	1	
Praca z grupami dyskusyjnymi online.	1	1	
RAZEM	9	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura; formy podawcze: wykład, film, prezentacja, praca w grupach			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Aktywność, kolokwium z wiedzy, zadanie w grupach 3-osobowych: stworzenie działu PR dla wybranej instytucji, określenie jej działań i stworzenie przykładowych tekstów o charakterze PR			
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		
Uzupelnijajaca			
1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006 Red. Gackowski T., Nowe media. Wyzwania i ograniczenia, Warszawa 2013 Hofniński 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	Reklama internetowa		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia pierwszego 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
Laboratorium		Laboratorium	
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 zdobycie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie tworzenia reklamy internetowej			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student zna przykłady reklam internetowych.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_ W07	
W2	Zna i rozumie metody, narzędzia i techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach i komunikacji społecznej oraz nauk o zarządzaniu i jakości, szczególnie technologie informacyjne, pozwalające opisywać wybrane struktury i instytucje społeczne oraz zachodzące w nich zmiany.	K_ W10	
W3	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.	K_ W13	
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 używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_ U08	
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 twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_ K02	
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	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Reklama - definicja, isotota, rodzaje, przykłady		2	
Specyfika funkcjonowania reklamy w Interencje		2	
Proces produkcji reklamy w Interencje - preprodukcja		2	
Elementy produkcji reklamy		2	
Postprodukcja reklamy internetowej		2	
Źródła finansowania reklamy internetowej		2	
Tworzenie scenariusza		2	
Tworzenie storyboardu		2	
Okres zdjęciowy - próby		4	
Okres postprodukcji reklamy - próby		4	
Kampania reklamowa w Interencje		2	
Internetowe narzędzia komunikacji w reklamie		2	
Zaliczenie		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Reklama - definicja, isotota, rodzaje, przykłady		2	
Specyfika funkcjonowania reklamy w Interencje		2	
Proces produkcji reklamy w Interencje - preprodukcja		1	
Elementy produkcji reklamy		1	
Postprodukcja reklamy internetowej		1	
Źródła finansowania reklamy internetowej		1	
Tworzenie scenariusza		1	
Tworzenie storyboardu		1	
Okres zdjęciowy - próby		2	
Okres postprodukcji reklamy - próby		2	
Kampania reklamowa w Interencje		1	
Internetowe narzędzia komunikacji w Interencje		1	
Zaliczenie		2	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Telefony komórkowe lub aparaty cyfrowe.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Przygotowanie indywidualnego projektu własnej reklamy internetowej.

LITERATURA

Podstawowa

- | | |
|---|---|
| 1 | Idealna reklama. Sztuka promowania aplikacji w internecie/ Erica Sadun, Steve Sande, Maria Najman (tłum.) - Warszawa: Wydawnictwo Helion, 2014. |
| 2 | Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie/ Artur Jabłoński - Lubin, Wydawnictwo: Grupa Marketer, 2021. |

Uzupelniajaca

- | | |
|---|--|
| 1 | Reklama, Fletcher Winston, Tomasz Domański (tłum.) - Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2018. |
| 2 | Internet jako nowe dobro wspólne./ Justyna Homokl - Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, 2009. |
| 3 | Reklama w wyszukiwarkach internetowych. Jak planować i prowadzić kampanię. Wydanie II, Kevin Lee, Catherine Seda, Tomasz Walczak (tłum.) - Gliwice, Wydawnictwo: Helion, 2010. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Reklama telewizyjna		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
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
W3	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
Umiejętności		
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
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 twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie		4	
Gamifikacja w elementach reklamowych - jak wciągnąć widza w grę		2	
Mechanizmy reklamowe w multimedialach		2	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego		7	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie		2	
Gamifikacja w elementach reklamowych - jak wciągnąć widza w grę		1	
Mechanizmy reklamowe w multimedialach		1	
Stworzenie autorskiego projektu reklamowego		5	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, kamera, praca w Sali do warsztatów filmowych albo w plenerze, oprogramowanie do montażu

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Realizacja 30-sekundowej reklamy telewizyjnej

LITERATURA**Podstawowa**

1 Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006

2 Hafimokl J. Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009

Uzupelniajaca

1 Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	REKLAMA RADIOWA		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	nowe media	Specjalność	PR, 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
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11	
Umiejętności			
U1	Potrąfi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04	
U2	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08	
U3	Potrąfi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Analiza warsztatowa wybranych form radiowych		2	
Dźwięk jako istota radia		2	
Język reklamy radiowej		2	
Analiza reklama radiowych		2	
Realizacja reklamy radiowej		7	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Analiza warsztatowa wybranych form radiowych		1	
Dźwięk jako istota radia		1	
Język reklamy radiowej		1	
Analiza reklama radiowych		1	
Realizacja reklamy radiowej		5	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, wi-fi, dyktafon, studio radiowe lub/i sala do nagrań

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Realizacja reklamy radiowej.

LITERATURA**Podstawowa**

- 1 M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo. Warszawa, 2008.
- 2 Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.

Uzupelniajaca

- 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	Influence 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	v	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Cwiczenia	15	Cwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	15	Razem	9
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
Razem	25	Razem	25
ECTS	1	ECTS	1
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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
U3	Potrąfi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medjoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.		K_U16
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju profesjonalnych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Modele komunikacji w marketingu elektronicznym.		2	
Pomiary skuteczności i optymalizacja kampanii reklamowych. Konfiguracja i planowanie kampanii reklamowych z wykorzystaniem serwerów reklam.		3	
Platformy w mediach społecznościowych ich analiza oraz wykorzystywanie w praktyce.		3	
Wpływ marketingu w wyszukiwarkach internetowych oraz wpływ na pocztę elektroniczną.		2	
Spoleczna rola influencerów w mediach społecznościowych. Przegląd kanałów najważniejszych influencerów w Polsce i na świecie.		2	
Platformy handlu elektronicznego. Wykorzystanie wybranych platform społecznościowych w marketingu i analizie sieci społecznych.		3	
RAZEM	0	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Modele komunikacji w marketingu elektronicznym.		1	
Pomiary skuteczności i optymalizacja kampanii reklamowych. Konfiguracja i planowanie kampanii reklamowych z wykorzystaniem serwerów reklam.		2	
Platformy w mediach społecznościowych ich analiza oraz wykorzystywanie w praktyce.		2	
Wpływ marketingu w wyszukiwarkach internetowych oraz wpływ na pocztę elektroniczną.		2	
Spoleczna rola influencerów w mediach społecznościowych. Przegląd kanałów najważniejszych influencerów w Polsce i na świecie.		1	
Platformy handlu elektronicznego. Wykorzystanie wybranych platform społecznościowych w marketingu i analizie sieci społecznych.		1	
RAZEM	0	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura, kanały mediów społecznościowych, strony internetowe analizujące media społecznościowe i ich wpływ na przemiany kulturowe			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
Analiza wybranego kanału mediów społecznościowych w celu stworzenia listy tematów, osób, trendów o największej oglądalności.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	M. Filiciak, G. Ptaszak, Komunikowanie się w mediach elektronicznych. Język, edukacja, seniorys, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009 r.		
2	J. Królewski, P. Sala, E- Marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy, wyd. PWN, Warszawa 2020		
Uzupelniajaca			
1	P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0 Era cyfrowa, Wyd. nr 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	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	Moduł specjalnościowy: 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
Laboratorium		Laboratorium	
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

Celem zajęć jest zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie tworzenia projektów multimedialnych w mediach społecznościowych.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawowa wiedza z zakresu funkcjonowania nowych mediów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
U2	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
U3	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Prezentacje multimedialne - rodzaje i ich zastosowanie		2	
Projekt multimedialny z reklamowania produktów wybranych przedsiębiorstw mediach społecznościowych		4	
Obraz w projekcie multimedialnym		2	
Dźwięk w projekcie multimedialnym		2	
Postprodukcja w projektach medialnych w sferze social media		4	
Tworzenie kampanii reklamowej za pomocą wybranych prezentacji interaktywnych i prezentacji liniowych.		10	
Prezentacja prac studentów - dyskusja nad nimi.		6	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Prezentacje multimedialne - rodzaje i ich zastosowanie		2	
Projekt multimedialny z reklamowania produktów wybranych przedsiębiorstw mediach społecznościowych		2	
Obraz w projekcie multimedialnym		1	
Dźwięk w projekcie multimedialnym		1	
Postprodukcja w projektach medialnych w sferze social media		2	
Tworzenie kampanii reklamowej za pomocą wybranych prezentacji interaktywnych i prezentacji liniowych.		6	
Prezentacja prac studentów - dyskusja nad nimi.		4	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Sala komputerowa ze specjalistycznym sprzętem wykorzystywanym do projektów multimedialnych.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Zaliczenie ustne przy udziale prezentacji wyników pracy własnej w ramach zadania.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | Sztuka interaktywna. Społeczny kontekst odbioru : perspektywy Ervinga Goffmana a nowe media / Izabela Franckiewicz-Olczak - Warszawa, Wydawnictwo: Oficyna Naukowa, 2016. |
|---|---|

Uzupełniająca

- | | |
|---|--|
| 1 | Estetyka wirtualności, Michał Ostrowicki (red.) - Kraków, Wydawnictwo: Universitas , 2005. |
| 2 | Sztuka kreatywnego myślenia / Gerard I. Nierenberg, Dariusz Bakalarz (przekł) - Warszawa: Studio Emka, 1996. |
| 3 | Sekrety skutecznych prezentacji multimedialnych/ Paweł Lenar - Gliwice, Wydawnictwo: Onepress, 2017. |

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	VI	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Cwiczenia	15	Cwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi 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	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju profesjonalnych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	4	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania	4	4	
Struktura gry - jak budować hierarchie	4	4	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji	3	3	
RAZEM	15	15	0
STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	3	3	
Socjal Graph - informacje płynące oraz systemy nagradzania	2	2	
Struktura gry - jak budować hierarchie	2	2	
Tworzenie własnego systemu gamifikacji	2	2	
RAZEM	9	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
komputer, tablety graficzne, rzutnik, wi-fi, gry, oprogramowanie do tworzenia gier			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
kolokwium z wiedzy teoretycznej; w zakresie wiedzy praktycznej - przygotowanie scenariusza gry i/lub stworzenie gry			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Paweł Tkaczyk - GRY WALIZACJA. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych Wydawnictwo Onepress		
2	McStay, Andrew, Reklama cyfrowa : podręcznik / Andrew McStay ; tl. Karolina Jankowiak, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego , 2020		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Fotografia 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	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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			
Zajęcia mają na celu nabycia u studentów umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych koniecznych do tworzenia publikacji w nowych mediach.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Ogólna orientacja w obszarze fotografii.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	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	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
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 odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Fotografia jako nośnik informacji. Agencje fotograficzne. Fotografowie niezależni. Wielkie wystawy światowe.		3	
Fotografia dla banków zdjęć i wydawnictw.		4	
Fotografia na Portale społecznościowe, fotografia na potrzeby social mediów, galerii internetowych.		4	
Fotografia na portale internetowe. Sesja zdjęciowa dla danej marki i w celu zbudowanie dobrego skojarzenia z brandem.		4	
Zdjęcia o charakterze lifestyle'owym z życia firmy lub produktu.		3	
Fotografia lotnicza (za pomocą dronu).		4	
Portret biznesowy.		4	
Fotografia panoramiczna, sferyczna i interaktywna.		4	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Fotografia jako nośnik informacji. Agencje fotograficzne. Fotografowie niezależni. Wielkie wystawy światowe.		2	
Fotografia dla banków zdjęć i wydawnictw.		2	
Fotografia na Portale społecznościowe, fotografia na potrzeby social mediów, galerii internetowych.		3	
Fotografia na portale internetowe. Sesja zdjęciowa dla danej marki i w celu zbudowanie dobrego skojarzenia z brandem.		2	
Zdjęcia o charakterze lifestyle'owym z życia firmy lub produktu.		2	
Fotografia lotnicza (za pomocą dronu).		2	
Portret biznesowy.		3	
Fotografia panoramiczna, sferyczna i interaktywna.		2	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Wykłady i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabędą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki) . Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia, lustrzanka fotograficzna lub bezlusterkowica, komplet obiektywów, głowica panoramiczna, dron,). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie studyjne, modyfikatory oświetlenia, statywy fotograficzne) .

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.

LITERATURA

Podstawowa

1	Nowy podręcznik fotografii / John Hedgecoe ; tł. z ang. Krzysztof Wojciechowski. - Warszawa: "Arkady", 2005.
2	Jak czytać fotografię: lekcje mistrzów fotografii / Ian Jeffrey ; przekł. Jakub Jedliński ; przedm. Max Kozloff. - Kraków: "UNIVERSITAS", 2009.
3	Fotografia: między dokumentem a sztuką współczesną / André Rouillé ; przekł. Oskar Hedemann. - Kraków: Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, 2007.

Uzupełniająca

1	Przestrzenie fotografii: antologia tekstów / Andrzej P. Bator [et al.] ; pod red. Tomasza Ferenca, Krzysztofa Makowskiego. - Łódź: Galeria f5 & Księgarnia fotograficzna, 2005.
2	Estetyka i sztuka fotografii / Jan Sunderland ; przedm. Juliusz Garztecki. - Kraków: Wydawnictwo Literackie, 1979.
3	O patrzeniu / John Berger ; przeł. Sławomir Sikora . - Warszawa: Fundacja Aletheia, 1999.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
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 zarządzania w jednostkach organizacyjnych strictly reklamowych, kształtowanie umiejętności studentów w zakresie stosowania metod i narzędzi 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 wynikających z realizacji przedmiotu.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U3	Potrąfi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.	K_U14	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

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.		5	
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.).		10	
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.		5	
Planowanie i realizacja kampanii informacyjnych i promocyjnych za pośrednictwem mediów społecznościowych lub których elementem są działania w mediach społecznościowych. Zaprojektowanie wybranej kampanii informacyjno-promocyjnej		8	
Analiza wykorzystania mediów społecznościowych przez wybrane instytucje/organizacje – studia przypadków.		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA 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.		3	
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.).		6	
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	
Planowanie i realizacja kampanii informacyjnych i promocyjnych za pośrednictwem mediów społecznościowych lub których elementem są działania w mediach społecznościowych. Zaprojektowanie wybranej kampanii informacyjno-promocyjnej		5	
Analiza wykorzystania mediów społecznościowych przez wybrane instytucje/organizacje – studia przypadków.		1	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów , filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.

LITERATURA

Podstawowa

1	Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Organizacja, kontakty, procesy zarządzania, red. naukowa B. Glinka, M. Koster, wyd. Wolters Kluwer, Warszawa 2016
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008
3	M. Castells, Społeczeństwo sieci, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2008

Uzupelniajaca

1	Społeczeństwo informacyjne- problemy rozwoju, pod red. A. Szewczyk, wyd. Difin, Warszawa 2007
2	G. Bartkowiak, Psychologia w zarządzaniu, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, poznań 2010
3	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej , Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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 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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrąfi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
istota i geneza zarządzania strategicznego. Wizja i misja oraz cele strategiczne przedsiębiorstw usługowych		2	
Analiza makrootoczenia i mikrootoczenie		3	
Taktyka zarządzania strategiami reklamowymi. Informacje marketingowe.		4	
Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie zarządzania strategią rynkową w praktyce		2	
Analiza wewnętrzna przedsiębiorstwa. Metody analiz portfelowych.		2	
Personel jako integralny instrument zarządzania strategicznego w usługach. Alianse strategiczne		2	
RAZEM	0	15	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
istota i geneza zarządzania strategicznego. Wizja i misja oraz cele strategiczne przedsiębiorstw usługowych		1	
Analiza makrootoczenia i mikrootoczenie		2	
Taktyka zarządzania strategiami reklamowymi. Informacje marketingowe.		3	
Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie zarządzania strategią rynkową w praktyce		1	
Analiza wewnętrzna przedsiębiorstwa. Metody analiz portfelowych.		1	
Personel jako integralny instrument zarządzania strategicznego w usługach. Alianse strategiczne		1	
RAZEM	0	9	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.

LITERATURA**Podstawowa**

- Morgan, Mark, Skuteczne wdrażanie strategii, Wydano: Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010
- Analiza strategiczna przedsiębiorstwa, Gierszewska i Romanowska, wyd. PWE, Warszawa 2013 r.

Uzupełniająca

- Bralczyk J., Język na sprzedaż, Gdańsk 2004.
- A. Malarewicz, Konsument a reklama. Studium cywilnoprawne, Warszawa 2009.
- J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Personal branding w mediach społecznościowych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	Moduł specjalnościowy: 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
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	30	Praca własna studenta	42
Razem	60	Razem	60
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć jest nabycie wiedzy, umiejętności społecznych i wiedzy z zakresu kreowania marki osobistej w mediach społecznościowych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student ma wiedzę w zakresie savoir-vivre oraz podstawowe umiejętności w obszarze autorprezentacji.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.		K_W11
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
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	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)

STUDIA STACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Personal brandnig - definicja, cechy charakterystyczne		2	
Pola działania w Interencje w zakresie personal branding		2	
Cele i zadania w personal branding		2	
Grupy docelowe		2	
Przykłady skutecznej kariery w ramach personal branding - przykłady		2	
Autoprezentacja w nowych mediach - formy i gatunki		4	
Autoprezentacja w social mediach - warstwa językowa		4	
Autoprezentacja w mediach społecznościowych - komunikacja niewerbalna		4	
Personal brandnig a nowe technologie medialne		2	
Fikcyjna tożsamość w mediach społecznościowych - szanse i zagrożenia		2	
Personal brandnig a e-commerce		2	
Zaliczenie - ocen zadania indywidualnego		2	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Personal brandnig - definicja, cechy charakterystyczne		1	
Pola działania w Interencje w zakresie personal branding		1	
Cele i zadania w personal branding		1	
Grupy docelowe		1	
Przykłady skutecznej kariery w ramach personal branding - przykłady		1	
Autoprezentacja w nowych mediach - formy i gatunki		2	
Autoprezentacja w social mediach - warstwa językowa		2	
Autoprezentacja w mediach społecznościowych - komunikacja niewerbalna		2	
Personal brandnig a nowe technologie medialne		1	
Fikcyjna tożsamość w mediach społecznościowych - szanse i zagrożenia		2	
Personal brandnig a e-commerce		2	
Zaliczenie - ocen zadania indywidualnego		2	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Dostęp do Interentu na ćwiczeniach.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Ocena zadania indywidualnego przez wykładowcę poczynionego przez studenta.

LITERATURA

Podstawowa

1	Pogorzelski J., Marka na cztery sposoby: branding percepcyjny, emocjonalny, społeczny i kulturowy, Warszawa 2019.
2	Zasady komunikacji werbalnej / Bruce E. Gronbeck [et al.] ; il. Szymon Kobyliński ; tl. Anna Bartkiewicz, Anna Bezwińska-Walerjan. - Poznań: Zysk i S-ka Wydawnictwo.
3	Media i społeczeństwo: nowe strategie komunikacyjne / red. nauk. Marek Sokołowski. - Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2008.

Uzupełniająca

1	Personal branding 2.0. Cztery kroki do zbudowania osobistej marki/ Dan Schawbel , Maksymilian Gutowski (tłum.) - Gliwice, Wydawnictwo: Onepress, 2016.
2	Nowe media w komunikacji społecznej w XX wieku: antologia / projekt i red. nauk. Maryla Hopfinger. - Wyd. 2 popr. - Warszawa: Oficyna Naukowa, 2005.
3	Sztuka wystąpień : czyli jak mówić, by osiągnąć cel / Elżbieta Żurek. - Warszawa: Poltext, 2004.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Planowanie kampanii reklamowej-projekt medialny I		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		

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
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

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	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W3	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.	K_W04
Umiejętności		
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
U3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_U12

Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	
TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
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		5	
Metody i techniki twórczego myślenia w procesie powstawania reklam		3	
Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - omówienie zagadnień podstawowych		3	
Planowanie kampanii reklamowej		4	
RAZEM	0	15	0
STUDIA 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		3	
Metody i techniki twórczego myślenia w procesie powstawania reklam		2	
Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - omówienie zagadnień podstawowych		2	
Planowanie kampanii reklamowej		2	
RAZEM	0	9	0
NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE			
Komputery, rzutnik multimedialny, ksera ćwiczeń do tworzenia briefów, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów , filmy, fotografie, etc.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.			
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Heath, Robert, Reklama. Wydano: Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psycholo , 2008		
2	M. Pańczyk, Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej, wyd. eMPI2, 2017		
3	M. Pańczyk , Marketing w działalności agencji reklamowej, wyd. eMPI2, 2015		
Uzupelniajaca			
1	Burtenshaw K. Kreatywna reklama. Warszawa 2007, wyd. PWN,		
2	M. Pańczyk, Zarządzanie kampanią reklamową, wyd. eMPI2 2021		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Planowanie kampanii reklamowej-projekt medialny II		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
Laboratorium		Laboratorium	
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, zarządzania strategią reklamową i social media.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
Umiejętności			
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
U3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.		K_U12
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

TREŚCI UCZENIA SIĘ (PROGRAMOWE)**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Strategie komunikacji marki - omówienie. Proces planowania kampanii w mediach pod względem strategicznym i taktycznym		5	
Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - tworzenie wybranego briefu na przykładzie wybranej jednostki organizacyjnej		15	
Zarządzanie informacją w procesie realizacji kampanii reklamowej		5	
Ocena skuteczności kampanii reklamowej		5	
RAZEM	0	30	0

STUDIA NIESTACJONARNE

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Strategie komunikacji marki - omówienie. Proces planowania kampanii w mediach pod względem strategicznym i taktycznym		3	
Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - tworzenie wybranego briefu na przykładzie wybranej jednostki organizacyjnej		9	
Zarządzanie informacją w procesie realizacji kampanii reklamowej		3	
Ocena skuteczności kampanii reklamowej		3	
RAZEM	0	18	0

NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

Komputery, rzutnik multimedialny, ksera ćwiczeń do tworzenia briefów, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów , filmy, fotografie, etc.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.

LITERATURA**Podstawowa**

- | | |
|---|---|
| 1 | Heath, Robert, Reklama. Wydano: Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psycholo , 2008 |
| 2 | M. Pańczyk, Organizacja i prowadzenie kampanii reklamowej, wyd. eMPi2, 2017 |
| 3 | M. Pańczyk , Marketing w działalności agencji reklamowej, wyd. eMPi2, 2015 |

Uzupełniająca

- | | |
|---|---|
| 1 | Burtenshaw K. Kreatywna reklama. Warszawa 2007, wyd. PWN, |
| 2 | M. Pańczyk, Zarządzanie kampanią reklamową, wyd. eMPi2 2021 |