

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Szkolenie biblioteczne			Kod przedmiotu	1
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Ogólny		Język wykładowy	polski	
Semestr	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
1	Z1	0				1	Z1	0			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład			Wykład		
Razem			Razem		
ECTS			ECTS		
		1			1
Razem		1	Razem		1
ECTS		0	ECTS		0

WYMAGANIA WSTĘPNE

Kompetencje społeczne umożliwiające korzystanie z katalogów i baz bibliotecznych

CEL PRZEDMIOTU

Organizacją i funkcjonowanie systemu informacyjno-bibliotecznego, zdobycie umiejętności wyszukiwania i selekcji informacji, krytycznej oceny źródeł, opanowanie umiejętności posługiwania się nowoczesnymi narzędziami informacyjno-komunikacyjnymi.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	posiada wiedzę na temat systemu biblioteczno-informacyjnego,	
W2	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W2.1	zna serwisy dokumentów elektronicznych oraz platformy ich udostępniania	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	zna i stosuje różne metody wyszukiwania informacji	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U2.1	korzysta zasobów bibliotecznych w obszarze wiedzy wyznaczonej przez kierunek studiów	
Kompetencje			
K1	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
	K1.1	korzysta ze źródeł informacji tworzonych zgodnie z prawem autorskim i własności intelektualnej	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		1	1
Wykład		1	1
1	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	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Wykład z wykorzystaniem multimediiów (prezentacja, strony www bibliotek, bazy danych, e-źródła, itp.).			
KRYTERIA OCENY			
Ćwiczenia			
Obecność na szkoleniu bibliotecznym, aktywność podczas zajęć			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza		Wykład	
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach
Umiejętności		Wykład	
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach
Kompetencje		Wykład	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Zawartość strony www Biblioteki PWSZ w Głogowie, narzędzia edukacyjne serwisów katalogowych, bibliograficznych, pełnotekstowych baz danych, bibliotek cyfrowych		
2	Wewnętrzne dokumenty Biblioteki		

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Szkolenie BHP			Kod przedmiotu	2
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Ogólny		Język wykładowy	polski	
Semestr	1		Forma zaliczenia	Zaliczenie	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
4	Z1	0				4	Z1	0			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład				Wykład			
		4				4	
Razem		4		Razem		4	
ECTS		0		ECTS		0	

WYMAGANIA WSTĘPNE

brak

CEL PRZEDMIOTU

Zaznajomienie studentów rozpoczynających naukę w PWSZ w Głogowie z zasadami i przepisami związanymi z bezpieczeństwem podczas przebywania w obiektach (na terenie uczelni), podstawowymi zasadami w zakresie bezpieczeństwa podczas odbywania nauki (wykłady, ćwiczenia). Postępowanie w przypadku ewakuacji z obiektów należących do Uczelni. Podstawowe zasady udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie regulacje dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym w instytucjach związanych z kulturą, mediami, promocją i reklamą.		K_W14
	W1.1	Student posiada wiedzę na temat zasad związanych z bezpieczeństwem podczas przebywania w obiektach należących do Uczelni (poruszanie się, proces odbywania zajęć). Zdaje sobie sprawę ze swojej odpowiedzialności w tym zakresie.	
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U1.1	Student posiada wiedzę w zakresie elementarnych zasad związanych z bezpieczeństwem w zastosowaniu praktycznym - w kontekście odbywania procesu nauki.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K1.1	Student zna i potrafi stosować zasady związane z bezpieczeństwem w toku odbywania zajęć / przebywania w Uczelni. Zdaje sobie sprawę z możliwych konsekwencji niewłaściwego postępowania w tym zakresie.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT			4	4
Wykład			4	4
1	Podstawowe zasady przebywania i poruszania się w obiektach i po terenie Uczelni		1	1
2	Podstawowe zasady w zakresie bezpieczeństwa podczas odbywania zajęć.		1	1

3	Zasady postępowania w przypadku zagrożenia powodującego potrzebę ewakuacji z obiektów należących do Uczelni			1	1
4	Podstawowe zasady udzielania pierwszej pomocy przedmedycznej			1	1
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Wykład przy użyciu elementów multimedialnych.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
aktywność					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS				EFEKT
	Wiedza		Wykład		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach		K_W14
	Umiejętności		Wykład		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach		K_U14
	Kompetencje		Wykład		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach		K_K07
LITERATURA					
Podstawowa					
1	BHP w praktyce, Bogdan Rączkowski, wydanie XIX, 2022 r.				
2	Aktualne akty prawne (w tym Kodeks pracy, rozporządzenia, regulaminy, akty wewnątrz Uczelniane).				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wychowanie fizyczne I			Kod przedmiotu	3
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO1	0				18	ZO1	0				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		0		ECTS		0	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Posiadanie predyspozycji w komunikacji interpersonalnej, kreatywna i otwarta postawa uczestnika zajęć. Ogólna sprawność fizyczna

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W1.1	Jest świadomy zagrożeń wynikających ze spędzania zbyt wielu godzin przed komputerem - co do problemów ze wzrokiem, skupieniem, prawidłową sylwetką ciała, otyłością, itp. Jest świadomy tego, jak bardzo ważny jest ruch dla zachowania zdrowia fizycznego i	
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U1.1	Dzięki grom grupowym umie zarządzać swoimi zasobami, a także planować pracę w grupie, oszacować własną rolę w grze.	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U2.1	Potrafi zadbać o odpowiedni tryb życia w ciągu tygodnia, a także stawiać sobie długoterminowe cele związane z dbaniem o sylwetkę.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Jest gotowy do tego, aby stale dbać o ruch fizyczny w swoim życiu.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	0
Ćwiczenia		30	0
1	Style kierowania grupą. Metody pracy z grupą.	6	0
2	Zajęcia ruchowe na sali, siłownia, salka treningowa.	8	0
3	Ruch jako czynnik stymulujący, adaptacyjny, kompensacyjny i korektywny.	2	0

4	Gry zespołowe.			8	0
5	zajęcia na basenie			6	0
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Sala ćwiczeń, basen, hala sportowa, potrzebny sprzęt dopasowany do tematu zajęć.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
aktywność na zajęciach					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS				EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach		K_W12
	Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach		K_U14
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach		K_U15
	Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach		K_K01
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Bielski J., Metodyka wychowania fizycznego i zdrowotnego. Podręcznik dla nauczycieli wychowania fizycznego i studentów studiów pedagogicznych. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Piotrków Trybunalski, 2005.				
2	Trening sportowy I, planowanie-kontrola-sterowanie. Oświęcim 2015.				
Uzupełniająca					
1	Wychowanie fizyczne, sport dzieci i młodzieży, Bydgoszcz 2005.				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wychowanie fizyczne II			Kod przedmiotu	4
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO2	0				18	ZO2	0				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		0		ECTS		0	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Posiadanie predyspozycji w komunikacji interpersonalnej, kreatywna i otwarta postawa uczestnika zajęć. Ogólna sprawność fizyczna

CEL PRZEDMIOTU

Przygotowanie studenta do korzystania z wybranych form sportowych, tanecznych, ruchowych i gimnastycznych jako środka wspierającego rozwój fizyczny. Promowanie zdrowego stylu życia

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W1.1	Zna i rozumie wartość ruchu fizycznego, w tym szczególnie ruchu rozwijającego koordynację, a także współpracę w grupie.	
Umiejętności			
U1	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U1.1	Potrafi przyjmować różne role podczas wspólnych gier, a także współpracować po to, aby cała grupa osiągnęła określony cel.	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U2.1	Potrafi samodzielnie tworzyć plan swoich sportowych zajęć, odpowiednich do możliwości. Potrafi planować przebieg samych zajęć.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Jest gotowy do tego, aby rozwijać swoje umiejętności sportowe i dbać o zdrowie fizyczne, aby organizować swój czas wolny w oparciu o poznane rodzaje aktywności ruchowej, jak taniec, aerobik, kręgle, nordic walking, itp.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	0
Ćwiczenia		30	0
1	Gry sportowe na świeżym powietrzu	6	0
2	Tańce integracyjne, ćwiczenia fitness, zabawy ruchowe. Aerobik	10	0
3	Zajęcia na siłowni, na salce sportowej PWSZ oraz na basenie	8	0

4	Kręgle, Nordic walking		4	0
5	Zajęcia na Hali Sportowej Chrobry Głogów		2	0
ŚRODKI DYDAKTYCZNE				
Sala ćwiczeń, hala sportowa, basen, kręgielnia, odpowiedni sprzęt, zależnie od tematu zajęć (kijki, piłki, kręgle, rower, itp.)				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
aktywność na zajęciach				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	K_W12
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	K_U14
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	K_U15
	Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Bielski J., Metodyka wychowania fizycznego i zdrowotnego. Podręcznik dla nauczycieli wychowania fizycznego i studentów studiów pedagogicznych. Wydawnictwo Akademii Świętokrzyskiej, Piotrków Trybunalski, 2005.			
Uzupelniająca				
1	Trening sportowy II, planowanie-kontrola-sterowanie. Oświęcim 2016.			

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Ochrona własności intelektualnej			Kod przedmiotu	5
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO1	1				9	ZO1	1				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	1		ECTS	1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza ogólna z zakresu WoS szkoła średnia

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami związanymi z ochroną prawną myśli twórczej.

Zapoznanie studentów zasadami korzystania z dostępnej wiedzy zgodnie z zasadami etyki

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Ma wiedzę o obowiązujących w RP ustawach regulujących kwestie związane z ochroną własności intelektualnej (Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji)	
	W1.2 Ma wiedzę z zakresu ogólnej historii (1) prawa autorskiego, (2) prawa własności przemysłowej i (3) zwalczania nieuczciwej konkurencji: wie w jakich epokach i wiekach pojawiły się rozwiązania prawne z tych trzech zakresów	
	W1.3 Wie co są autorskie prawa osobiste i autorskie prawa majątkowe	
	W1.4 Wymienia i charakteryzuje przedmioty własności przemysłowej: wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych	
	W1.5 Ma wiedzę o ogólnych zasadach udzielenia ochrony prawnej, czasie trwania ochrony prawnej oraz związanych z tym opłatach, dla poszczególnych przedmiotów prawa autorskiego oraz własności przemysłowej	
	W1.6 Ma wiedzę o ogólnych zasadach redagowania umów w obrocie handlowym autorskimi prawami majątkowymi	
	W1.7 Ma wiedzę o ogólnych zasadach rejestracji znaków towarowych (logotypów): wie co to jest klasyfikacja nicejska i jakie są podstawowe zasady badania znaków towarowych zgłoszonych do rejestracji	
	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	

W2	W2.1	Ma wiedzę o obowiązujących w RP ustawach regulujących kwestie związane z ochroną własności intelektualnej (Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. Prawo własności przemysłowej, Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji)	K_W15
	W2.2	Ma wiedzę z zakresu ogólnej historii (1) prawa autorskiego, (2) prawa własności przemysłowej i (3) zwalczania nieuczciwej konkurencji: wie w jakich epokach i wiekach pojawiły się rozwiązania prawne z tych trzech zakresów	
	W2.3	Wie co są autorskie prawa osobiste i autorskie prawa majątkowe	
	W2.4	Wymienia i charakteryzuje przedmioty własności przemysłowej: wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych	
	W2.5	Ma wiedzę o ogólnych zasadach udzielenia ochrony prawnej, czasie trwania ochrony prawnej oraz związanych z tym opłatach, dla poszczególnych przedmiotów prawa autorskiego oraz własności przemysłowej	
	W2.6	Ma wiedzę o ogólnych zasadach redagowania umów w obrocie handlowym autorskimi prawami majątkowymi	
	W2.7	Ma wiedzę o ogólnych zasadach rejestracji znaków towarowych (logotypów): wie co to jest klasyfikacja nicejska i jakie są podstawowe zasady badania znaków towarowych zgłoszonych do rejestracji	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi rozpoznać przedmioty prawa autorskiego (utwór / dzieło z zakresu sztuki lub nauki) oraz przedmioty prawa własności przemysłowej (wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych)	
	U1.2	Potrafi zredagować umowę z zakresu przekazania autorskich praw majątkowych przestrzegając podstawowych zasad prawa autorskiego	
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
	U2.1	Potrafi rozpoznać przedmioty prawa autorskiego (utwór / dzieło z zakresu sztuki lub nauki) oraz przedmioty prawa własności przemysłowej (wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografię układów scalonych)	
	U2.2	Potrafi zredagować umowę z zakresu przekazania autorskich praw majątkowych przestrzegając podstawowych zasad prawa autorskiego	
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
	U3.1	Potrafi rozpoznać przedmioty prawa autorskiego (utwór / dzieło z zakresu sztuki lub nauki) oraz przedmioty prawa własności przemysłowej (wynalazki, wzory użytkowe, wzory przemysłowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografię układów scalonych)	
	U3.2	Potrafi zredagować umowę z zakresu przekazania autorskich praw majątkowych przestrzegając podstawowych zasad prawa autorskiego	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość doniosłości regulacji prawnych z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz konsekwencji prawnych grożących za ich złamanie	
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
	K2.1	Ma świadomość doniosłości regulacji prawnych z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz konsekwencji prawnych grożących za ich złamanie	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Ma świadomość doniosłości regulacji prawnych z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz konsekwencji prawnych grożących za ich złamanie	

TREŚCI KSZTAŁCENIA**TEMAT****15****9****Ćwiczenia****15****9**

1	Pojęcie własności intelektualnej.	2	1
2	Definicje głównych rodzajów praw własności intelektualnej.	2	1
3	Akty prawne regulujące prawo własności intelektualnej.	2	1
4	Prawo autorskie.	3	2
5	Ochrona wizerunku.	2	2
6	Dozwolony użytek własny i prawo cytatu.	2	1
7	Wybrane zagadnienia z zakresu ochrony patentowej i zapobiegania nieuczciwej konkurencji.	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Wykład multimedialny

Prezentacje z wykładu

Akty prawne z zakresu prawa autorskiego, patentowego i zapobiegania nieuczciwej konkurencji

KRYTERIA OCENY**Ćwiczenia**

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS			EFEKT
		Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	kolokwium		K_W13
		2	aktywność na zajęciach	3	
	W1.2	1	kolokwium		
	W1.3	1	kolokwium		
	W1.4	1	kolokwium		
	W1.5	1	kolokwium		
	W1.6	1	kolokwium		
W2	W2.1	1	kolokwium		K_W15
		2	aktywność na zajęciach	3	
	W2.2	1	kolokwium		
	W2.3	1	kolokwium		
	W2.4	1	kolokwium		
	W2.5	1	kolokwium		
	W2.6	1	kolokwium		
W2.7	1	kolokwium			
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	kolokwium		K_U01
		2	aktywność na zajęciach	3	
	U1.2	1	kolokwium		
U2	U2.1	1	kolokwium		K_U05
		2	aktywność na zajęciach	3	
	U2.2	1	kolokwium		
U3	U3.1	1	kolokwium		K_U09
		2	aktywność na zajęciach	3	
	U3.2	1	kolokwium		
		Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach		K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach		K_K06
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach		K_K07

LITERATURA

Podstawowa

1	Golat R., Prawo autorskie i prawa pokrewne, Warszawa 2008.
2	Kuleszyński Z. red., Własność intelektualna źródłem kapitału przedsiębiorcy: kompendium wiedzy, Kielce 2010.
3	Rojewski M., Ochrona własności intelektualnej, podręcznik dla studentów kierunków humanistycznych i ekonomicznych, Skierniewice 2012.

Uzupełniająca

1	Tomczyk S., Artysci wykonawcy - prawa i ich ochrona, Warszawa 2008.
2	Załucki M. red., Prawo własności intelektualnej. Repetytorium, Warszawa 2010.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Technologie informacyjne			Kod przedmiotu	6
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO2	3				18	ZO2	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Brak wymagań

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	zna i rozumie zagadnienia związane z publikowaniem treści w Internecie oraz rozróżnia pojęcia związane z technologią informacyjną	
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
	U1.1	potrafi wykorzystać narzędzia technologii informacyjnej do tworzenia publikacji elektronicznych	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	rozumie potrzebę samokształcenia w kontekście postępu w zakresie technologii informacyjnej oraz publikacji internetowych	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Podstawy obsługi systemu komputerowego i wykorzystania Internetu. Wprowadzenie do użytkowania uczelnianej platformy e-learningowej.	4	2
2	Tworzenie dokumentacji elektronicznej za pomocą edytora tekstów.	8	4
3	Narzędzia technologii informacyjnej wspierające prezentowanie danych w formie multimedialnej.	6	4

4	Wykorzystanie arkusza kalkulacyjnego jako narzędzia wspierającego analizę danych i wizualizację wyników.			6	4
5	Podstawy publikacji treści w sieci Internet za pomocą narzędzi technologii informacyjnej.			6	4
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Materiały dydaktyczne w postaci instrukcji i pomocy udostępnianych za pomocą platformy e-learningowej.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
Ćwiczenia wykonywane na zajęciach. Publikacje w wersji elektronicznej.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS				EFEKT
		Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach
		Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	obserwacja studenta		
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Technologie internetowe / Magdalena Kaliszewska, Tomasz Piecukiewicz, Aneta Sobczak, Krzysztof Stencel. - Warszawa: PJWSTK, 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.				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Savoir-vivre			Kod przedmiotu	7
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO1	3				18	ZO1	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość podstawowych zasad grzeczności. Umiejętność współpracy z różnymi podmiotami, zwłaszcza sektora publicznego.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W1.1	Rozpoznaje systemy komunikacyjne i rozumie istotę mediów oraz ich rolę we	
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
	U1.1	Umie formułować wnioski na podstawie obserwacji, doświadczenia i źródeł.	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U2.1	Umie współpracować z innymi ludźmi, potrafi wykonywać powierzone zadania.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Jest przygotowany do samodoskonalenia wiedzy zarówno praktycznej, jak i teoretycznej.	
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści		K_K09
	K2.1	Ma świadomość konieczności dbania o kulturę i etykę słowa zarówno w przestrzeni rzeczywistej, jak i wirtualnej.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Co znaczy savoir-vivre? Etymologia i znaczenie.	1	1

2	Rola savoir-vivre w życiu towarzyskim i zawodowym.	1	1
3	Pierwszy kontakt i jego rola. Efekt pierwszego wrażenia w kontaktach towarzyskich i zawodowych.	4	3
4	Wygląd zewnętrzny. Kształtowanie estetyki i smaku.	2	1
5	Zasady dotyczące witania się, żegnania, przedstawiania i przechodzenia na „ty”, obowiązujące zarówno na gruncie służbowym, jak i prywatnym.	2	1
6	Kultura słowa i gestu (mowa werbalna i niewerbalna).	2	1
7	Sztuka prowadzenia konwersacji.	4	3
8	Savoir-vivre w mediach tradycyjnych i społecznościowych. Netykieta w sieci.	4	2
9	Spotkania biznesowe, seminarium, konferencje (również prasowe).	2	1
10	Korespondencja tradycyjna i elektroniczna.	2	1
11	Podróże i wyjazdy służbowe, w tym delegacje. Elementy międzynarodowego savoir-vivre.	2	1
12	Kwiaty, upominki, prezenty w kontaktach zawodowych.	2	1
13	Faux pas - jak wybrnąć z trudnej sytuacji?	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS			EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W07
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U09
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U14
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K09

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupelniająca

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język angielski I			Kod przedmiotu	8
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	angielski	
Semestr	2		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO2	2				18	ZO2	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie średniozaawansowanym.	
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
	W2.1	Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie średniozaawansowanym.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W3.1	Zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi.	
W4	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
	W4.1	Zna narzędzia pozyskiwania wiedzy w języku angielskim.	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.		K_W18
	W5.1	Zna i rozumie terminologię związaną z komunikacją w języku angielskim na poziomie średniozaawansowanym.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim na poziomie średniozaawansowanym.	

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
	U2.1	Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim na poziomie średniozaawansowanym.	
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
	U3.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku angielskim na poziomie średniozaawansowanym.	
U4	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.		K_U13
	U4.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku angielskim na poziomie średniozaawansowanym.	
U5	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U5.1	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisanie i słuchania.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisanie i słuchania.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Questions and Answers.	5	2
2	Its a mystery.	5	2
3	Colloquial English. Talking about getting a job.	5	2
4	Doctor! Doctor!	5	4
5	Act your age!	5	4
6	Fasten your seatbelts.	5	4

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w stopniu średniozaawansowanym 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 B1/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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
	Wiedza	Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W03

W2	W2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W04
W3	W3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W08
W4	W4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W10
W5	W5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W18
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U01
U2	U2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U08
U3	U3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U09
U4	U4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U13
U5	U5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U15
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	projekt			K_K01
K2	K2.1	1	projekt			K_K05
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020.					
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020.					
Uzupełniająca						
1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.					
2	English Matters - periodyk.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język angielski II			Kod przedmiotu	9
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	angielski	
Semestr	3		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		60	ZO3	4				36	ZO3	4	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	60		Ćwiczenia	36	
Razem	60		Razem	36	
ECTS	4		ECTS	4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

A. Język angielski I. B. Wiedza na poziomie B1/B2.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie B1.	
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
	W2.1 Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie B1.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi.	
W4	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
	W4.1 Zna narzędzia pozyskiwania wiedzy w języku angielskim.	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W5.1 Zna i rozumie terminologię związaną z komunikacją w języku angielskim na poziomie B1.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim na poziomie B1.	
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

	U2.1	Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim na poziomie B1.	
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
	U3.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku angielskim na poziomie B1.	
U4	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.		K_U13
	U4.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku angielskim na poziomie B1.	
U5	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U5.1	Potrafi nieustannie doskonalić swoje umiejętności językowe.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisania i słuchania.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Nieustannie doskonali swoje umiejętności językowe w zakresie mówienia, czytania, pisania i słuchania.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		60	36
Ćwiczenia		60	36
1	A really good ending?	5	3
2	Colloquial English. Talking about books.	5	3
3	A stormy weather.	5	3
4	A risky business.	5	3
5	Im a survivor.	5	3
6	Wish you were here.	5	3
7	Colloquial English. Talking about waste.	5	2
8	Night Night.	5	3
9	Music to my ears.	5	3
10	Lets not argue.	5	4
11	Its all in an act.	5	4
12	Colloquial English. Talking about performances.	5	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimedialnych i platform edukacyjnych.

Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet, aplikacje.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Weryfikacja efektów kształcenia obejmuje: Zna i rozumie w stopniu podstawowym 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 B1 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, umiejętności i kompetencje w dziedzinach powiązanych z działalnością medialną, potrafi uzupełniać znajomość słownictwa zawodowego, w języku rodzimym i obcym.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS	EFEKT
	Wiedza Ćwiczenia	

W1	W1.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W03
W2	W2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W04
W3	W3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W08
W4	W4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W10
W5	W5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W18
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U01
U2	U2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U08
U3	U3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U09
U4	U4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U13
U5	U5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U15
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	kolokwium	2	projekt	K_K01
K2	K2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_K05
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020.					
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020.					
Uzupełniająca						
1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.					
2	English Matters - periodyk.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język angielski III			Kod przedmiotu	10
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	angielski	
Semestr	5		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	Z05+E5	2				18	Z05+E5	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

A. Język angielski II. B. Wiedza na poziomie B2.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 Zna terminologię branżową w zakresie mediów w poszerzonym zakresie.	
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
	W2.1 Zna terminologię związaną z rozwojem mediów.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi.	
W4	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
	W4.1 Zna narzędzia pozyskiwania wiedzy w języku angielskim.	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W5.1 Zna i rozumie terminologię związaną z komunikacją w języku angielskim.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim.	
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

	U2.1	Potrafi prowadzić dyskusję i prezentację w języku angielskim.	
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
	U3.1	Potrafi przetwarzać informacje w języku angielskim na poziomie B2.	
U4	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.		K_U13
	U4.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku angielskim na poziomie B2.	
U5	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U5.1	Potrafi nieustannie doskonalić swoje umiejętności językowe.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość potrzeby ustawicznego samokształcenia, poszerzanie swojej wiedzy i kwalifikacji w oparciu o język angielski.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Nieustannie doskonali swoje umiejętności językowe w zakresie mówienia, pisania, słuchania, czytania i efektywnej komunikacji z innymi.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Cutting Crime.	5	2
2	Fake News.	5	5
3	Good Business.	5	2
4	Super Cities.	5	2
5	Science Fact. Science-Fiction.	5	2
6	Free Speech. Articles.	5	5

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimedialnych i platform edukacyjnych.

Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet, aplikacje.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS						EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W03
W2	W2.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W04
W3	W3.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W08
W4	W4.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W10
W5	W5.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W18
		Umiejętności		Ćwiczenia				

U1	U1.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U01
U2	U2.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U08
U3	U3.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U09
U4	U4.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U13
U5	U5.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U15
Kompetencje Ćwiczenia								
K1	K1.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_K01
K2	K2.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_K05
LITERATURA								
Podstawowa								
1	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, student's book, B2, Oxford University Press 2020.							
2	Latham-Koenig C., Oxenden C. : English File 4th Edition upper-intermediate, workbook, B2, Oxford University Press 2020.							
Uzupełniająca								
1	Murphy, R. English Grammar in Use: A self-studyreference and practice book for intermediate students, Cambridge University Press.							
2	English Matters - periodyk.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT MEDYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język niemiecki I			Kod przedmiotu	11
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	niemiecki	
Semestr	2		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	30	ZO2	2				18	ZO2	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	zna podstawową terminologię branżową w zakresie mediów	
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
	W2.1	zna podstawową terminologię związaną z rozwojem mediów	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W3.1	zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi	
W4	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
	W4.1	zna narzędzi pozyskiwania wiedzy w języku niemieckim	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.		K_W18
	W5.1	zna i rozumie podstawową terminologię związaną z komunikacją w języku niemieckim	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	potrafi przetwarzać podstawowe informacje w języku niemieckim	
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
	U2.1	potrafi przetwarzać podstawowe informacje w języku niemieckim	

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	
	U3.1	potrafi nawiązać elementarną komunikację w języku niemieckim			
U4	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.			K_U15	
	U4.1	potrafi nawiązać elementarną komunikację w języku niemieckim			
Kompetencje					
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01	
	K1.1	ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisanie i słuchania			
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05	
	K2.1	ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisanie i słuchania			
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT				30	18
Ćwiczenia				30	18
1	Neue und traditionelle Medien.			10	6
2	Das ist eine lange Geschichte. Große Geschichte. Einer schreibt Geschichte. Unglaubliche Geschichten.			5	3
3	Tatütata. Unfälle. überfälle. Zwischenfälle.			5	3
4	Radio Satellitenfernsehen Printmedien (Bücher, Zeitschriften)			10	6
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimediów i platform edukacyjnych					
Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
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					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS			EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W03	
W2	W2.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W04	
W3	W3.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W08	
W4	W4.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W10	
W5	W5.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W18	
		Umiejętności	Ćwiczenia		
U1	U1.1	1 kolokwium	2 projekt	K_U01	
U2	U2.1	1 kolokwium	2 projekt	K_U08	
U3	U3.1	1 kolokwium	2 projekt	K_U09	
U4	U4.1	1 kolokwium	2 projekt	K_U15	

Kompetencje | **Ćwiczenia**

K1	K1.1	1	projekt	K_K01
K2	K2.1	1	projekt	K_K05
LITERATURA				
Podstawowa				
1	2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk			

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT MEDYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język niemiecki II			Kod przedmiotu	12
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	niemiecki	
Semestr	3		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		60	ZO3	4				36	ZO3	4	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	60		Ćwiczenia	36	
Razem	60		Razem	36	
ECTS	4		ECTS	4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

A. Język niemiecki I B. Wiedza na poziomie B1/B2

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie B1	
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
	W2.1 Zna terminologię branżową w zakresie Internetu, radia, prasy i telewizji na poziomie B1	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi	
W4	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
	W4.1 Zna narzędzia pozyskiwania wiedzy w języku niemieckim	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W5.1 Zna i rozumie terminologię związaną z komunikacją w języku niemieckim na poziomie B1	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim na poziomie B1	
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

	U2.1	Potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim na poziomie B1	
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
	U3.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku niemieckim na poziomie B1	
U4	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.		K_U13
	U4.1	Potrafi nawiązać komunikację w języku niemieckim na poziomie B1	
U5	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U5.1	Potrafi nieustannie doskonalić swoje umiejętności językowe	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość konieczności doskonalenia swoich umiejętności językowych w zakresie mówienia, czytania, pisania i słuchania	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Nieustannie doskonali swoje umiejętności językowe w zakresie mówienia, czytania, pisania i słuchania	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		60	36
Ćwiczenia		60	36
1	Leben in der Fremde. Warum ins Ausland? Alles ist anders. Ankommen.	5	2
2	Deutschlandbilder. Stereotype/Vorurteile. Bilder von eigenen Land. Gesten. Smalltalk.	5	6
3	Die Welt im Jahr 2070. Meine Zukunft. Das Jahr 2070 - schöne neue Welt. Das Jahr 2070 - Endzeit?	5	6
4	Lebenseinstellungen. Eigene Zukunft. Zukunftsbilder.	10	2
5	Ackern. Welcher (Neben-)Job passt zu mir? Bewerbungen. Mein Traumjob.	10	2
6	Berufe. Stellenangebote. Bewerbungen. Traumjobs.	10	6
7	Sprache betrachten - mit Sprache experimentieren	5	6
8	Texte erschließen - Texte produzieren	5	3
9	Ein Thema erarbeiten und präsentieren	5	3

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W03
W2	W2.1	1 kolokwium	2 projekt	K_W04

W3	W3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W08
W4	W4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W10
W5	W5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_W18
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U01
U2	U2.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U08
U3	U3.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U09
U4	U4.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U13
U5	U5.1	1	kolokwium	2	projekt	K_U15
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	projekt			K_K01
K2	K2.1	1	projekt			K_K05
LITERATURA						
Podstawowa						
1	2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk					
2	Auswahl von Fachtexten					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT MEDYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Język niemiecki III			Kod przedmiotu	13
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Językowy		Język wykładowy	niemiecki	
Semestr	5		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	Z05+E5	2				18	Z05+E5	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

A. Język niemiecki II B. Wiedza na poziomie B2

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 zna terminologię branżową w zakresie mediów w poszerzonym zakresie	
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
	W2.1 zna terminologię związaną z rozwojem mediów	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 zna i rozumie różnice pomiędzy rodzajami wypowiedzi	
W4	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
	W4.1 zna narzędzia pozyskiwania wiedzy w języku niemieckim	
W5	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W5.1 zna i rozumie terminologię związaną z komunikacją w języku niemieckim	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim	
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

	U2.1	potrafi prowadzić dyskusję i prezentację w języku niemieckim	
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
	U3.1	potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim na poziomie B2	
U4	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.		K_U13
	U4.1	potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim na poziomie B2	
U5	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U5.1	potrafi przetwarzać informacje w języku niemieckim na poziomie B2	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	ma świadomość potrzeby ustawicznego samokształcenia, poszerzanie swojej wiedzy i kwalifikacji w oparciu o język niemiecki	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	nieustannie doskonali swoje umiejętności językowe w zakresie mówienia, pisania, słuchania, czytania i efektywnej komunikacji z innymi	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Irgendwas mit Medien. Medien früher - Medien heute. Medien in der Freizeit. Gefahren durch Medien.	5	6
2	Von Kindern, Männern und Frauen. Erziehung ist.. .Rosa und Blau. Geschlechterrollen. Alles nur Panikmache?. Sorgen und Angste. Umweltschutz.	5	2
3	Auf dem Weg zum virtuellen Klassenzimmer? Deutschdidaktik im Zeichen der Medialisierung	10	5
4	Lernen in Zeiten des Internet. Neue Medien im Fach Deutsch	10	5

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Praca z materiałami audio i wideo, wykorzystanie multimedialnych i platform edukacyjnych

Środki dydaktyczne: projektory multimedialne, tablica interaktywna, internet

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS						EFEKT	
	Wiedza			Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W03
W2	W2.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W04
W3	W3.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W08
W4	W4.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W10
W5	W5.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_W18
			Umiejętności			Ćwiczenia		

U1	U1.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U01
U2	U2.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U08
U3	U3.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U09
U4	U4.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U13
U5	U5.1	1	egzamin	2	kolokwium	3	projekt	K_U15
Kompetencje Ćwiczenia								
K1	K1.1	1	projekt					K_K01
K2	K2.1	1	projekt					K_K05
LITERATURA								
Podstawowa								
1	2020 Hueber Verlag : Akademie Deutsch B1+ Intensivlehrwerk							
2	Auswahl von Fachtexten							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do problematyki nowych mediów	Kod przedmiotu	14
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		Ćwiczenia								Wykład		Ćwiczenia							
15	E1	2								9	E1	2							
			15	ZO1	2								9	ZO1	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
Ćwiczenia		15	Ćwiczenia		9
Razem		30	Razem		18
ECTS		4	ECTS		4

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza na temat mediów oraz ich funkcjonowania.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Zna i rozumie dynamikę rozwoju mediów, zna zasady ich obecnego funkcjonowania.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna terminologię z zakresu nowych technologii, języka nowych mediów, teorii oraz ideologii, które je tworzyły.	
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
	W3.1 Zna i rozumie wieloaspektowość problematyki nowych mediów, ich interdyscyplinarność.	
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
	U1.1 Potrafi wykorzystać terminologię i teorię dot. nowych mediów do analizowania procesów, jakie w nich zachodzą.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U2.1 Potrafi za pomocą terminologii i słownictwa branżowego wypowiadać się spójnie i profesjonalnie na temat nowych mediów.	

Kompetencje					
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01	
	K1.1	Jest świadomy obszerności studiowanej tematyki, wieloaspektowości dziedziny nowych mediów, stąd też widzi potrzebę stałego kształcenia się w tym kierunku.			
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05	
	K2.1	Na podstawie historii mediów i ich wpływu na kulturę widzi, jak ważne są formy komunikacji w rozwoju kulturowym społeczeństw.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT				30	18
Wykład				15	9
1	Definiowanie nowych mediów. Na czym polega nowość? Podział mediów			1	1
2	Kompetencje medialne współczesnego człowieka w dobie Internetu 2.0. Nowy wymiar komunikacji			1	1
3	Słownik nowych mediów			2	0
4	Prekursorzy, filozofowie, przedstawiciele i wizjonerzy nowych mediów			2	1
5	Język nowych mediów według Lva Manovicha			1	1
6	Nowe media w kulturze [teatr, opera, film, muzyka, sztuka].			2	0
7	Sztuka nowych mediów, literatura cyfrowa			2	1
8	Odmiany interaktywności. Multimedialność a intermedialność			1	1
9	Teleobecność. Tożsamość w zmediatyzowanym świecie.			1	1
10	Media społecznościowe - typologia, problematyka, wpływ na przemiany kulturowe			1	1
11	Nowe media - kierunki rozwoju i transformacji			1	1
Ćwiczenia				15	9
1	Definiowanie nowych mediów. Na czym polega nowość? Podział mediów			1	0
2	Kompetencje medialne współczesnego człowieka w dobie Internetu 2.0. Nowy wymiar komunikacji			1	0
3	Słownik nowych mediów			2	2
4	Język nowych mediów według Lva Manovicha			2	1
5	Nowe media w kulturze [teatr, opera, film, muzyka, sztuka].			2	2
6	Sztuka nowych mediów, literatura cyfrowa			3	1
7	Odmiany interaktywności. Multimedialność a intermedialność			1	1
8	Teleobecność. Tożsamość w zmediatyzowanym świecie.			1	1
9	Media społecznościowe - typologia, problematyka, wpływ na przemiany kulturowe			1	1
10	Nowe media - kierunki rozwoju i transformacji			1	0
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Komputer, rzutnik, wi-fi, filmy, publikacje, prezentacje multimedialne, wykład, dyskusja					
KRYTERIA OCENY					
Wykład					
Egzamin					
Ćwiczenia					
Aktywność podczas zajęć, zadanie: przygotowanie prezentacji multimedialnej;					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS			EFEKT	
	Wiedza			Wykład	
W1	W1.1	1	egzamin	K_W02	
W2	W2.1	1	egzamin	K_W03	
W3	W3.1	1	egzamin	K_W09	
	Umiejętności			Wykład	
U1	U1.1	1	egzamin	K_U02	
U2	U2.1	1	egzamin	K_U10	
	Kompetencje			Wykład	
K1	K1.1	1	egzamin	K_K01	
	Wiedza			Ćwiczenia	

W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W09
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U10
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K05
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. Cypryański, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006.					
3	Nowe media: wyzwania i ograniczenia, red. T. Gackowski, Warszawa 2013.					
Uzupelniająca						
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.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wybrane zagadnienia z filozofii	Kod przedmiotu	15
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Podstawowy	Język wykładowy	polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Egzamin

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
30	E3	4								18	E3	4							

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE					STUDIA NIESTACJONARNE				
Wykład		30			Wykład		18		
Razem		30			Razem		18		
ECTS		4			ECTS		4		

WYMAGANIA WSTĘPNE

Brak podstawowych wymagań.

CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest przedstawienie podstawowych zagadnień i terminów filozoficznych, dziejów tej dyscypliny naukowej (od starożytności do postmodernizmu) wraz z najważniejszymi aporiami (problemami) 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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W1.1 Zna i rozumie specyfikę filozofii relacji/komunikacji w społeczeństwie postmodernistycznym.	
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
	W2.1 Zna i rozumie specyfikę filozofii komunikacji w odniesieniu do różnych dyscyplin: antropologii, filozofii kultury, religioznawstwa i religii, sztuki.	
W3	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
	W3.1 Zna i rozumie zasady filozofii komunikacji i potrafi zastosować je w praktyce działalności kulturowej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi rzetelnie poszukiwać i weryfikować uzyskane informacje.	
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
	U2.1 Potrafi stosować normy prawne i moralne w pracy zawodowej.	

U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.			K_U14		
	U3.1	Potrafi nawiązywać osobowe relacje i postawy chroniące osoby w środowisku zawodowym.				
Kompetencje						
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01		
	K1.1	Jest gotowy do podejmowania świadomych i odpowiedzialnych decyzji na gruncie zawodowym.				
K2	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.			K_K04		
	K2.1	Jest gotowy do podejmowania działań chroniących dziedzictwo kulturowe regionu, kraju, Europy.				
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		
	K3.1	Stosuje normy moralnego postępowania, afirmujące godność osoby.				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			30	18		
Wykład			30	18		
1	Wprowadzenie: filozofia jako nauka, jej najważniejsze dyscypliny. Filozofia a światopogląd. Filozofia a ideologia/ utopia. Filozofia mediów.		1	1		
2	"Klucze" filozofii - najważniejsze terminy filozoficzne. Konsekwencje ich znaczeń na gruncie filozofii mediów.		4	2		
3	Filozofia człowieka (od Platona/orfizmu do postmodernizmu) - zarys problematyki.		6	3		
4	Człowiek i jego poznanie.		6	4		
5	Etyka - filozofia działania i jej najważniejsze problemy - wolność, odpowiedzialność, tolerancja, ocena moralna.		6	4		
6	Media - filozofia relacji i komunikacji.		6	3		
7	Wnioski końcowe.		1	1		
ŚRODKI DYDAKTYCZNE						
Tablica, rzutnik multimedialny. Dialog dydaktyczny, prezentacja multimedialna, wybrane fragmenty literatury fachowej i pięknej i inne. Konsultacje.						
KRYTERIA OCENY						
Wykład						
Egzamin w formie ustnej.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
	Wiedza		Wykład			
W1	W1.1	1	egzamin	K_W07		
W2	W2.1	1	egzamin	K_W09		
W3	W3.1	1	egzamin	K_W01		
	Umiejętności		Wykład			
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U05
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U14
	Kompetencje		Wykład			
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K04
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K09
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Historia filozofii i etyki do współczesności: źródła i komentarze / Włodzimierz Tyburski, Andrzej Wachowiak, Ryszard Wiśniewski. - Wyd. 3 popr. i uzup. - Toruń: Towarzystwo Naukowe Organizacji i Kierownictwa "Dom Organizatora", 2002.					

2	Tatarkiewicz W., Historia filozofii, t. 1-3, Warszawa 2005.
Uzupełniająca	
1	Anzenbacher A., Wprowadzenie do filozofii, Kraków 2018.
2	Jan Paweł Hudzik, Wykłady z filozofii mediów, Warszawa 2017.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wiedza o kulturze i sztuce współczesnej			Kod przedmiotu	16
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO2	2				9	ZO2	2			
		15	ZO2	1				9	ZO2	1	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

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, z naciskiem na sztukę drugiej połowy XX wieku i początku XXI wieku, analiza ich wpływu na współczesną kulturę.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Zna podstawowe zagadnienia związane z prowadzeniem narracji historii sztuki współczesnej.	
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
	W2.1 Zna podstawowe definicje kultury i sztuki XX i początku XXI wieku.	
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
	W3.1 Zna podstawowe teorie komunikacji i manipulacji informacją.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę historyczną do uargumentowanej prezentacji najważniejszych współczesnych problemów.	

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
	U2.1	Potrafi stworzyć interaktywną prezentację na temat danego zagadnienia sztuki współczesnej.	
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
	U3.1	Potrafi rozpoznać i określić najważniejsze zjawiska w sztuce współczesnej.	

Kompetencje

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
	K1.1	Potrafi umieścić i opisać dzieło sztuki w kontekście historycznym i politycznym.	
K2	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.		K_K04
	K2.1	Charakteryzuje się postawą gotowości do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego	
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K3.1	Potrafi ocenić wartość informacji oraz ich źródło.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Wprowadzenie podstawowych pojęć: kultura, natura, cywilizacja, kultura materialna, społeczna, duchowa.	1	1
2	Podstawy analizy dzieła sztuk plastycznych. dzieło sztuki jako „przekaz”. Zalety i wady schematu komunikacyjnego. Wielowarstwowa struktura dzieła sztuki	1	1
3	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
4	Kultura jako sposób istnienia człowieka. Człowiek tworzy kulturę. Kultura tworzy człowieka. Rola ideologii (kultury, religii) w życiu jednostki i społeczeństwa. Kontekst współczesności	2	1
5	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 60tych w Europie i USA	2	1
6	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 70tych w Europie i USA	1	1
7	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 80-90tych w Europie i USA	1	1
8	Sztuka współczesna w Polsce. Teatr śmierci Tadeusza Kantora a teatr Grotowskiego.	1	1
9	Współczesne próby definiowania sztuki. Co jeszcze jest sztuką?	1	1
10	Sztuka cyfrowej komunikacji i cyfrowych społeczności w kontekście AI	2	0
11	Sztuka hybrydyczna, immersyjna, bioart.	1	0
12	Czy digital art jest sztuką, rzemiosłem, przemysłem?	1	0
Ćwiczenia		15	9
1	Wprowadzenie podstawowych pojęć: kultura, natura, cywilizacja, kultura materialna, społeczna, duchowa.	1	0
2	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
3	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
4	Kultura jako sposób istnienia człowieka. Człowiek tworzy kulturę. Kultura tworzy człowieka. Rola ideologii (kultury, religii) w życiu jednostki i społeczeństwa. Kontekst współczesności	2	1
5	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 60tych w Europie i USA	2	1
6	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 70tych w Europie i USA	1	0

7	Najważniejsze zagadnienia sztuki współczesnej lat 80-90tych w Europie i USA	1	1
8	Sztuka współczesna w Polsce. Teatr śmierci Tadeusza Kantora a teatr Grotowskiego.	1	0
9	Współczesne próby definiowania sztuki. Co jeszcze jest sztuką?	1	1
10	Sztuka cyfrowej komunikacji i cyfrowych społeczności.	2	1
11	Sztuka hybrydyczna, immersyjna, bioart.	1	1
12	Czy digital art jest sztuką, rzemiosłem, przemysłem?	1	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Wykład

Kolokwium z wiedzy; prezentacja ukazująca współczesne osiągnięcia kultury i sztuki

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza		
		Wykład		
W1	W1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W02
W2	W2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W09
W3	W3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W10
		Umiejętności		
		Wykład		
U1	U1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U01
U2	U2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U02
U3	U3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U16
		Kompetencje		
		Wykład		
K1	K1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K03
K2	K2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K04
K3	K3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K05
		Wiedza		
		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W02
W2	W2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W09
W3	W3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_W10
		Umiejętności		
		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U01
U2	U2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U02
U3	U3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_U16
		Kompetencje		
		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K03
K2	K2.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K04
K3	K3.1	1	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru	K_K05

LITERATURA

Podstawowa

1	Susie Hodge, 50 teorii sztuki które powinieneś znać, warszawa 2012
2	Nowicka E., Świat człowieka, świat kultury, Warszawa 2006.
3	T. Załuski, Sztuki w przestrzeni transmedialnej, Łódź 2010.

Uzupelniająca

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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Etyka w mediach			Kod przedmiotu	17
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO2	1				9	ZO2	1			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	1		ECTS	1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe umiejętności z zakresu filozofii: znajomość najważniejszych kierunków i szkół oraz terminologii filozoficznej w nich używanych.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 zna miejsce etyki w obrębie dyscyplin filozoficznych (ontologia, epistemologia, etyka, estetyka)	
	W1.2 ma wiedzę o ogólnej historii filozofii i kolejności pojawia się doktryn etycznych	
	W1.3 zna miejsce etyki w systemie kulturowym (etyka i moralność jako formy światopoglądu, religia i filozofia a etyka i moralność, prawo i obyczaj a etyka i moralność)	
	W1.4 zna podstawowe podziały doktryn etycznych: etyki normatywne a etyki opisowe, etyki ogólne a etyki zawodowe, etyki szczęścia a etyki obowiązku, etyki obiektywistyczne a etyki subiektywistyczne	
W1.5 zna podstawowe zasady najważniejszych / popularnych doktryn etycznych: hedonizmu, stoicyzmu, chrześcijaństwa, kontraktualizmu, utylitaryzmu, liberalizmu		
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
	W2.1 zna miejsce etyki w obrębie dyscyplin filozoficznych (ontologia, epistemologia, etyka, estetyka)	
	W2.2 ma wiedzę o ogólnej historii filozofii i kolejności pojawia się doktryn etycznych	
	W2.3 zna miejsce etyki w systemie kulturowym (etyka i moralność jako formy światopoglądu, religia i filozofia a etyka i moralność, prawo i obyczaj a etyka i moralność)	

	W2.4	zna podstawowe podziały doktryn etycznych: etyki normatywne a etyki opisowe, etyki ogólne a etyki zawodowe, etyki szczęścia a etyki obowiązku, etyki obiektywistyczne a etyki subiektywistyczne		
	W2.5	zna podstawowe zasady najważniejszych / popularnych doktryn etycznych: hedonizmu, stoicyzmu, chrześcijaństwa, kontraktualizmu, utylitaryzmu, liberalizmu		
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16	
	W3.1	zna miejsce etyki w obrębie dyscyplin filozoficznych (ontologia, epistemologia, etyka, estetyka)		
	W3.2	ma wiedzę o ogólnej historii filozofii i kolejności pojawia się doktryn etycznych		
	W3.3	zna miejsce etyki w systemie kulturowym (etyka i moralność jako formy światopoglądu, religia i filozofia a etyka i moralność, prawo i obyczaj a etyka i moralność)		
	W3.4	zna podstawowe podziały doktryn etycznych: etyki normatywne a etyki opisowe, etyki ogólne a etyki zawodowe, etyki szczęścia a etyki obowiązku, etyki obiektywistyczne a etyki subiektywistyczne		
	W3.5	zna podstawowe zasady najważniejszych / popularnych doktryn etycznych: hedonizmu, stoicyzmu, chrześcijaństwa, kontraktualizmu, utylitaryzmu, liberalizmu		
Umiejętności				
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01	
	U1.1	potrafi wskazać na zastosowania etyki w życiu współczesnym		
	U1.2	potrafi dokonać oceny wskazanej sytuacji z punktu widzenia wybranych doktryn etycznych		
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	
	U2.1	potrafi wskazać na zastosowania etyki w życiu współczesnym		
	U2.2	potrafi dokonać oceny wskazanej sytuacji z punktu widzenia wybranych doktryn etycznych		
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	
	U3.1	potrafi wskazać na zastosowania etyki w życiu współczesnym		
	U3.2	potrafi dokonać oceny wskazanej sytuacji z punktu widzenia wybranych doktryn etycznych		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	dostrzega wpływ doktryn etycznych na ogólny kształt cywilizacji i społeczeństwa w różnych regionach świata / kręgach cywilizacyjnych		
	K1.2	dostrzega doniosłość norm etycznych w kształtowaniu rzeczywistości społecznej		
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05	
	K2.1	dostrzega wpływ doktryn etycznych na ogólny kształt cywilizacji i społeczeństwa w różnych regionach świata / kręgach cywilizacyjnych		
	K2.2	dostrzega doniosłość norm etycznych w kształtowaniu rzeczywistości społecznej		
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	
	K3.1	dostrzega wpływ doktryn etycznych na ogólny kształt cywilizacji i społeczeństwa w różnych regionach świata / kręgach cywilizacyjnych		
	K3.2	dostrzega doniosłość norm etycznych w kształtowaniu rzeczywistości społecznej		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9

1	Wprowadzenie: etyka, moralność, etologia, aksjologia. Różnice między etyką a prawem i obyczajem.	2	1
2	Najważniejsze szkoły etyczne od Sokratesa do postmodernizmu.	10	5
3	Zagadnienie osobowych relacji, godności, tolerancji, wolności.	1	1
4	Ocena dobra moralnego.	1	1
5	Elementy etyki zawodowej, etyka dziennikarska.	1	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Wykład multimedialny Prezentacje z wykładu

KRYTERIA OCENY

Wykład

Zaliczenie treści wykładu na podstawie kolokwium ustnego (lista pytań podawana jest do wiadomości studentów na początku zajęć).

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_W01
	W1.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W1.3	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W1.4	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W1.5	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_W13
	W2.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W2.3	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W2.4	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W2.5	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_W16
	W3.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W3.3	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W3.4	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
	W3.5	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_U01
	U1.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_U05
	U2.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_U09
	U3.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K01
	K1.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K05
	K2.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K09
	K3.2	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	

LITERATURA

Podstawowa

1 MacIntyre A., Krótka historia etyki, Warszawa 2000.

2 Ślipko T., Historia etyki, Kraków 2009.

Uzupelniająca

1 Krasnodębski M., Spotkanie a obecność w nauczaniu akademickim, "Spotkania" nr 2/2018, s. 79-96.

2 Podrez E., W kręgu dobra i zła. Wybór tekstów klasycznych z etyki od Sokratesa do Kanta, Warszawa 1993.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Wprowadzenie do socjologii w Internecie			Kod przedmiotu	18
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO1	1				9	ZO1	1			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
Razem		15	Razem		9
ECTS		1	ECTS		1

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawy wiedzy społecznej

CEL PRZEDMIOTU

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 zna genezę i historię Internetu	
	W1.2 zna cechy społeczeństwa informacyjnego	
	W1.3 zna ogólne cechy i zasady działania społeczności wirtualnych tj. wspólnot zawiązujących się i działających w Internecie	
W1.4 zna podstawowe mechanizmy psychologiczne jednostek i wspólnot poruszających się w przestrzeni Internetu		
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
	W2.1 zna genezę i historię Internetu	
	W2.2 zna cechy społeczeństwa informacyjnego	
	W2.3 zna ogólne cechy i zasady działania społeczności wirtualnych tj. wspólnot zawiązujących się i działających w Internecie	
W2.4 zna podstawowe mechanizmy psychologiczne jednostek i wspólnot poruszających się w przestrzeni Internetu		
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
	W3.1 zna genezę i historię Internetu	
	W3.2 zna cechy społeczeństwa informacyjnego	

W3	W3.3	zna ogólne cechy i zasady działania społeczności wirtualnych tj. wspólnot zawiązujących się i działających w Internecie		K_W10		
	W3.4	zna podstawowe mechanizmy psychologiczne jednostek i wspólnot poruszających się w przestrzeni Internetu				
Umiejętności						
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.			K_U01		
	U1.1	potrafi scharakteryzować przemiany cywilizacyjne i społeczne związane z upowszechnieniem i funkcjonowaniem Internetu				
	U1.2	potrafi dokonać oceny problemów i korzyści wiążących się z korzystaniem z Internetu				
	U1.3	potrafi scharakteryzować wybraną wspólnotę Internetową				
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.			K_U11		
	U2.1	potrafi scharakteryzować przemiany cywilizacyjne i społeczne związane z upowszechnieniem i funkcjonowaniem Internetu				
	U2.2	potrafi dokonać oceny problemów i korzyści wiążących się z korzystaniem z Internetu				
	U2.3	potrafi scharakteryzować wybraną wspólnotę Internetową				
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		
	U3.1	potrafi scharakteryzować przemiany cywilizacyjne i społeczne związane z upowszechnieniem i funkcjonowaniem Internetu				
	U3.2	potrafi dokonać oceny problemów i korzyści wiążących się z korzystaniem z Internetu				
	U3.3	potrafi scharakteryzować wybraną wspólnotę Internetową				
Kompetencje						
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01		
	K1.1	docenia doniosłość Internetu dla współczesnych przemian społecznych				
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		
	K2.1	docenia doniosłość Internetu dla współczesnych przemian społecznych				
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		
	K3.1	docenia doniosłość Internetu dla współczesnych przemian społecznych				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			15	9		
Wykład			15	9		
1	Pojęcie Internetu z perspektywy socjologicznej. Ważność Internetu.		2	2		
2	Geneza Internetu. Kultura Internetu.		2	2		
3	Wpływ technologii na społeczeństwo. Zagadnienia bezpieczeństwa w Internecie.		2	0		
4	Internet jako sieć technospołeczna. Socjalizacja w sieci.		2	2		
5	Usieciowienie kontaktów społecznych. Nowe typy społeczności.		2	0		
6	Wpływ Internetu na psychikę ludzi. Nowe uzależnienia Cyber choroby.		2	2		
7	Prawo w Internecie. Kwestie własności intelektualnej.		2	1		
8	Wojny informacyjne.		1	0		
ŚRODKI DYDAKTYCZNE						
Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.						
KRYTERIA OCENY						
Wykład						
Kolokwium pisemne, aktywność podczas zajęć						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
Wiedza Wykład						
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W09
	W1.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	W1.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	

	W1.4	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W11
	W2.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	W2.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	W2.4	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W16
	W3.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	W3.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	W3.4	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
Umiejętności Wykład						
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U01
	U1.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	U1.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U11
	U2.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	U2.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U12
	U3.2	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
	U3.3	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	
Kompetencje Wykład						
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach			K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach			K_K06
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach			K_K08
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Castells M., Społeczeństwo sieci, Warszawa 2012.					
2	Hofmoki J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.					
3	Toffler A., Trzecia fala, Poznań 2006.					
Uzupełniająca						
1	Flores S. E., Sfejsowani: jak media społecznościowe wpływają na nasze życie, emocje i relacje z innymi, Warszawa 2017.					
2	Rogowski A., Zrozumieć social media, Gliwice 2020.					
3	Sokołowski M., Nowe media i wyzwania współczesności, Toruń 2013.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Teoria komunikacji medialnej i społecznej	Kod przedmiotu	19
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	II	Forma zaliczenia	Egzamin

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		Ćwiczenia								Wykład		Ćwiczenia							
30	E2	4								18	E2	4							

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE					STUDIA NIESTACJONARNE				
Wykład		30			Wykład		18		
Razem		30			Razem		18		
ECTS		4			ECTS		4		

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.

CEL PRZEDMIOTU

Celem wykładów jest zapoznanie studentów z teoriami komunikacji medialnej i społecznej

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma szeroką wiedzę na temat przemian kulturowych i roli komunikacji medialnej w tworzeniu kultury.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu teorii komunikacji w kontekście historycznym.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W3.1	Zna głównych przedstawicieli nauk o komunikacji, którzy określali rolę komunikacji medialnej. Zna modele komunikacyjne i różnice między zmieniającymi się systemami komunikacji - od interpersonalnej do medialnej z czasu Internetu.	
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
	U1.1	Potrafi za pomocą uzyskanej wiedzy oceniać zjawiska współczesnej komunikacji medialnej.	
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
	U2.1	Potrafi omawiać poznawane zjawiska medialne w kontekście kulturowym i historycznym, z wykorzystaniem odpowiedniej literatury.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Za pomocą poznanej terminologii potrafi opisywać zjawiska współczesnej komunikacji społecznej.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość tego, jak szeroką dziedziną wiedzy jest komunikacja społeczna i medialna - aby jej używać i ją wdrażać, potrzeba stałego doskonalenia warsztatu.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Na podstawie poznanych faktów i wpływu komunikacji na przemiany kulturowe, ma świadomość tego, jak ważne miejsce zajmuje komunikacja w świecie ludzkich / społecznych relacji. Rozwój technologiczny ukazuje regularne poszerzanie sfer komunikacyjnych.	
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
	K3.1	Ma świadomość tego, że poziom komunikacji przekłada się wprost na poziom relacji społecznych, a także na poziom działań zawodowych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT

30

18

Wykład

30

18

1	Definicje i podział mediów	4	2
2	Ery komunikacji jako ery kultury	2	2
3	Wykresy komunikacji – od interpersonalnej do medialnej	2	2
4	Postaci komunikacji nowych mediów: Marshall McLuhan, Lev Manovich, Jean Baudrillard	4	2
5	Komunikacja niewerbalna.	2	1
6	Bariery, szумы i zakłócenia w komunikacji. Pojęcie kompetencji i świadomości – językowej i komunikacyjnej	2	1
7	Przedstawiciele teorii komunikacji w aspekcie zmian technologicznych, kulturowych, itp.: Derrick de Kerckhove, Stuart Hall, Vilém Flusser, Paul Virilio	4	2
8	4 maksymy konwersacji wg Paula Grice'a. Kwadrat komunikacji interpersonalnej wg F. Schulza von Thuna	4	2
9	Zasady etykiety, netykiety, etyki językowej.	4	3
10	Komunikacja inkluzywna w mediach i na co dzień	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Sugerowana w sylabusie literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; materiały w wersji audio, video, pdf, jpg.

KRYTERIA OCENY

Wykład

Egzamin ustny

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza Wykład		
W1	W1.1	1	egzamin	K_W01
W2	W2.1	1	egzamin	K_W03
W3	W3.1	1	egzamin	K_W07
		Umiejętności Wykład		
U1	U1.1	1	egzamin	K_U02
U2	U2.1	1	egzamin	K_U09
U3	U3.1	1	egzamin	K_U10
		Kompetencje Wykład		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	K_K08

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 (przekł.) - 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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Komunikacja wizualna			Kod przedmiotu	20
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	I		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
15	E1	2								9	E1	2							
			15	ZO1	2								9	ZO1	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	4		ECTS	4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
W2	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 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
	U1.1 Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.	
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		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1 Jest gotowy do odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.	

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 KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Co to jest projektowanie graficzne.	2	1
2	Kompozycja klasyczna w projektowaniu	2	1
3	Co to jest UI i dlaczego to nie to samo co UX	2	1
4	Psychologia koloru. Czytelność, kontrast, harmonia	2	1
5	Znak a treść. Co to jest dobre LOGO	2	1
6	Język wizualny	2	1
7	Grafika a sztuka	2	1
8	Druki informacyjne	1	1
9	Zastosowanie fotografii	0	1
Ćwiczenia		15	9
1	Kompozycja klasyczna w projektowaniu	1	1
2	Kompozycja Gestalt	2	1
3	Co to jest UI i dlaczego to nie to samo co UX	0	1
4	Praca na siatkach. Wielkość i format	2	1
5	Anatomia pisma	2	1
6	Psychologia koloru. Czytelność, kontrast, harmonia	2	0
7	Znak a treść. Co to jest dobre LOGO	2	1
8	Layout	2	1
9	Grafika a sztuka	1	1
10	Druki informacyjne	1	0
11	Zastosowanie fotografii	0	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Wykład

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Wykład			
W1	W1.1	1 egzamin	K_W02
W2	1.	egzamin	K_W16
Umiejętności Wykład			
U1	U1.1	1 egzamin	K_U02
U2	1.	egzamin	K_U03
Kompetencje Wykład			
K1	K1.1	1 obserwacja studenta	K_K02
K2	1.	obserwacja studenta	K_K03
Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 egzamin	K_W02
W2	1.	egzamin	K_W16
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	U1.1	1 projekt	K_U02
U2	1.	projekt	K_U03
	2.	obserwacja studenta	

Kompetencje | Ćwiczenia

K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	1.	aktywność na zajęciach				K_K03
	2.	obserwacja studenta				
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.					
Uzupełniająca						
1	Davin Airey, Logo Design Love, Gliwice 2015.					
2	David Dabner, Sandra Stewart, Eric Zempel, Abbie Vickress, Szkoła projektowania graficznego, Warszawa 2018.					
3	Josef Mueller-Brockmann, Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Kraków 2020.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Antropologia kultury mediów	Kod przedmiotu	21
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

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	z5	2				9	z5	2			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
Razem		15	Razem		9
ECTS		2	ECTS		2

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu filozofii i socjologii.

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest propedeutika 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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej praktyczne zastosowanie w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-kulturowej.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W2.1 Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej specyfikę w społeczeństwie postmodernistycznym.	
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
	W3.1 Zna i rozumie wiedzę o człowieku, jego bytowej strukturze oraz o człowieku jako podmiotowi i twórcy kultury.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi samodzielnie i rzetelnie poszukiwać i weryfikować informacje pozyskane z różnych źródeł. Krytycznie odnosić się do nich.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U2.1 Potrafi posługiwać podstawową terminologią z zakresu filozofii kultury i antropologii. Samodzielnie rozpoznaje zagadnienie i problemy i potrafi je analizować.	
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

U3	U3.1	Potrafi samodzielnie analizować i diagnozować procesy zachodzące w przekazie medialnym i filozofii komunikacji w aspekcie społecznym, odnosząc jej do działalności zawodowej.		K_U12		
Kompetencje						
K1	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		
	K1.1	Kieruje się imperatywem odpowiedzialności społecznej i rzetelności zawodowej.				
K2	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07		
	K2.1	Jest gotowy do podejmowania działań moralnych na gruncie aktywności zawodowej.				
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		
	K3.1	Podejmuje moralne działania chroniące kulturę i komunikację społeczną.				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			15	9		
Wykład			15	9		
1	Wprowadzenie: czym są kultura, antropologia i antropologia kultury mediów?		1	1		
2	Nauki o kulturze i wybrane definicje kultury.		2	1		
3	Człowiek jako podmiot i twórca kultury.		3	2		
4	Kultura jako relacja, "medium" (pośrednik).		3	2		
5	Pola uprawy kultury: prawda, dobra, piękno, sacrum i profanum.		3	1		
6	Między ideologią i kulturą. Społeczny wymiar kultury.		2	1		
7	Wnioski końcowe		1	1		
ŚRODKI DYDAKTYCZNE						
Tablica, rzutnik multimedialny. Dialog dydaktyczny, prezentacja multimedialna, wybrane fragmenty literatury fachowej i pięknej i inne. Konsultacje.						
KRYTERIA OCENY						
Wykład						
Zaliczenie w formie ustnej. Obecność na zajęciach dydaktycznych i aktywność.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
	Wiedza			Wykład		
W1	W1.1	1	egzamin	K_W01		
W2	W2.1	1	egzamin	K_W07		
W3	W3.1	1	egzamin	K_W11		
	Umiejętności			Wykład		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U10
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U12
	Kompetencje			Wykład		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K06
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K07
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K09
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Piotr Jaroszyński, Kultura. Dramat natury i osoby, Lublin 2020.					
2	Wojciech Daszkiewicz, Byt – człowiek – kultura. Studium z filozofii kultury, Lublin 2019.					
3	Godlewski G., Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów, Warszawa 2005.					
Uzupelniająca						
1	Mikołaj Krasnodębski, Antropologia edukacji, Głogów 2018 [wybrane fragmenty].					
2	Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów, red. Andrzej Mencwel, Warszawa 2005.					
3	Michael Herzfeld, Antropologia: praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie, tłum. Maria M. Piechaczek, Kraków 2004.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Historia mediów			Kod przedmiotu	22
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO1	1				9	ZO1	1			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
Razem		15	Razem		9
ECTS		1	ECTS		1

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju mediów od prehistorii do dzisiaj.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna terminologię związaną z historią mediów.	
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
	W3.1	Posiada wiedzę w zakresie ewolucji mediów w Polsce i na świecie.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem mediów w aspekcie chronologicznym.	
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
	U2.1	Analizuje procesy historyczne, które zaszły w ewolucji mediów.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Posługuje się aparatem pojęciowym związanym z historią mediów.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01

K1	K1.1	Dokonuje samokształcenia i poszerzenia wiadomości na podstawie wskazanej w sylabusie literatury uzupełniającej.	K_K01
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w aspekcie lokalnym, regionalnym i globalnym.	
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
	K3.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Periodyzacja rozwoju mediów.	2	2
2	Początki mediów – historia pisma.	2	0
3	Narodziny druku – rewolucja Gutenberga.	2	2
4	Prasa w rozwoju historycznym.	2	0
5	Powstanie i rozwój telegrafu, radia oraz telefonu.	2	2
6	Od aparatu fotograficznego do pierwszych filmów.	2	2
7	Dzieje telewizji oraz Internetu.	2	0
8	Kolokwium pisemne praca semestralna.	1	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Wykład

Kolokwium pisemne / praca semestralna.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_W02
W2	W2.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_W03
W3	W3.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_W04
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_U01
U2	U2.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_U02
U3	U3.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_U10
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_K01
K2	K2.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_K05
K3	K3.1	1 kolokwium	2 praca semestralna	K_K08

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Kultura języka w mediach			Kod przedmiotu	23
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	II		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	E2	3				18	E2	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość języka polskiego (gramatyki i stylistyki) na poziomie szkoły średniej.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Posiada wiedzę z zakresu kultury języka zorientowaną na zastosowanie praktyczne w działalności kulturalnej i medialnej.	
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
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii medialnej.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.		K_W18
	W3.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu kultury języka.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Dokonuje selekcji informacji w różnorodnych źródłach medialnych, poddając je analizie oraz ocenie.	
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
	U2.1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim, osiągając zamierzone cele komunikacyjne.	

U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.			K_U10				
	U3.1	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu kultury języka.						
Kompetencje								
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01				
	K1.1	Posiada gotowość do samodoskonalenia, rozumiejąc nieustanny rozwój zjawisk, które wchodzą w obszar zainteresowania kultury języka.						
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				
	K2.1	Wykorzystuje wiedzę oraz umiejętności z kultury języka w komunikacji w sposób etyczny.						
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				
	K3.1	Tworzy komunikatywne przekazy medialne, wykorzystując wiedzę językową do właściwej analizy ich treści.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT			30	18				
Ćwiczenia			30	18				
1	Prezentacja literatury dot. kultury języka. Analiza Ustawy o języku polskim			2	1			
2	Kultura języka na tle systemu języka polskiego			1	1			
3	Pojęcia kultury języka (norma, uzus, błąd, innowacja językowa, itp..)			1	1			
4	Kryteria poprawności językowej oraz ich funkcjonalność w obliczu przeobrażeń związanych z komunikacją medialną			2	1			
5	Media jako wyznacznik trendów językowych i jako mechanizm normotwórczy. Dyskusja			2	1			
6	Semantyka i definiowanie pojęć.			2	2			
7	Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej i interpunkcyjnej			2	2			
8	Wybrane zagadnienia poprawności gramatycznej i leksykalno-frazeologicznej			2	2			
9	Wybrane zagadnienia poprawności stylistycznej			4	2			
10	Popularyzacja kultury języka - działalność Rady Języka Polskiego, poradni językowych			2	1			
11	Popularyzacja kultury języka w mediach - programy radiowe, TV, blogi, działania w sferze mediów społecznościowych			4	1			
12	Etyka językowa netykieta			4	2			
13	Media i ich rola w kształtowaniu języka			2	1			
ŚRODKI 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.								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
Prace pisemne, wykonywanie ćwiczeń, aktywność, kolokwium - podczas zajęć. Na zakończenie zajęć - egzamin pisemny.								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS			EFEKT				
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	K_W01
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W17
W3	W3.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W18
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_U09
U3	U3.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U10
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_K01
K2	K2.1	1	obserwacja studenta					K_K06
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K09
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.

Uzupełniająca

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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Analiza zawartości nowych mediów			Kod przedmiotu	24
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO5	2				9	ZO5	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
		Razem		15		Razem		9	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W1.1	Zna i rozumie aparat badawczy potrzebny do analizy zawartości mediów.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do analizy zawartości mediów - oceny ich wartości, poziomu przekazu, funkcjonowania.	
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
	U2.1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować badanie zawartości mediów i wykorzystać je do działalności kulturalnej i medialnej.	
Kompetencje			
K1	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
	K1.1	Analiza zawartości mediów dała mu świadomość tego, jak ważna jest etyka (w tym etyka języka) w tworzeniu materiałów medialnych.	
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
	K2.1	Jest gotowy do stałej dbałości o poziom techniczny i merytoryczny przygotowywanych przez siebie materiałów medialnych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA**TEMAT****15****9****Ćwiczenia****15****9**

1	Analiza zawartości a strukturalna analiza treści – po co badać?	2	1
2	Analiza komunikatów i innych gatunków telewizyjnych pod kątem wywierania wpływu.	2	1
3	Podstawowe elementy strukturalne przekazu – znaczenie tytułu audycji telewizyjnej.	2	1
4	Analiza informacyjnych audycji telewizyjnych: jeden temat, różne sposoby interpretacji – osiąganie określonych efektów.	2	1
5	Analiza pola semantycznego, analiza określeń wartościujących Osgooda, analiza obrazu.	2	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”.	2	1
7	Prezentacja projektów i prezentacji studentów.	3	3

ŚRODKI 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).

KRYTERIA OCENY**Ćwiczenia**

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS				EFEKT
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W12
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U03
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K06
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K09

LITERATURA**Podstawowa**

1	Kobenhavn K., Metody badania komunikacji i mediów : Perspektywa teoretyczna i analityczna, Łódź 2021, iBook
2	Gackowski T., Skrypt do analizy zawartości prasy, Warszawa 2007.
3	Lisowska-Magdżiarz 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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Metody badań medioznawczych			Kod przedmiotu	25
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO5	2				9	ZO5	2			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student ma już w miarę ugruntowaną wiedzę na temat rodzajów mediów i ich funkcjonowania, w tym nowych mediów.

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie istoty metod badań medioznawczych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna praktyczne zastosowania metod naukowych w badaniach nad mediami i komunikacją społeczną i medialną.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W2.1	Zna systemy badań nad mediami w podziale na poszczególne medium, zna specyfikę i wagę badań medioznawczych.	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W3.1	Zna metody jakościowe i ilościowe w badaniu mediów, wie, czym jest badanie treści i zawartości. Zna metodologię badań medioznawczych w podziale na poszczególne medium.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać poznane metody badań do przeprowadzenia analizy mediów.	
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
	U2.1	Potrafi stworzyć scenariusz ankiety, zbudować hipotezę badawczą i dostosować do niej potrzebne narzędzia badawcze.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Potrafi opisywać zjawiska medialne za pomocą poznanej terminologii z zakresu badań medioznawczych.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Dzięki uzyskanej świadomości tego, jak ważne są badania medioznawcze w ocenie zjawisk medialnych widzi zasadność doskonalenia poznanych metod.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Widząc, jak szeroką i złożoną nauką jest medioznawstwo, a także widząc wyniki prac medioznawczych, jest gotowy do uznania tego, jak ważna jest umiejętność obiektywnej oceny przekazu medialnego i jak wielki ma to wpływ na kształtowanie więzi społecznych.	
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
	K3.1	Ma świadomość etycznej odpowiedzialności badacza i jest gotowy do rzetelnej, jak najbardziej obiektywnej pracy nad tym, aby tworzony przez niego przekaz medialny był wartościowy i profesjonalny.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT

15

9

Wykład

15

9

1	Naukowy a potoczny obraz świata. Nauka o metodach badań naukowych.	2	1
2	Hipoteza badawcza i sposoby jej zbadania	2	1
3	Metody ilościowe i jakościowe. Prezentacja głównych strategii badań ilościowych i jakościowych	2	2
4	Zasady tworzenia ankiety	3	2
5	Triangulacja w badaniach medioznawczych	2	1
6	Przegląd głównych zastosowań badań medioznawczych w nowych mediach	4	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Wskazana literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; badania medioznawcze z oficjalnych stron agencji medioznawczych.

KRYTERIA OCENY

Wykład

Egzamin ustny

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	egzamin	K_W01
W2	W2.1	1	egzamin	K_W07
W3	W3.1	1	egzamin	K_W12
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	praca semestralna	K_U04
U3	U3.1	1	egzamin	K_U10
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	K_K06

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupelniająca

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 Sokołowski (red.) - Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek, 2008.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyberzagrożenia w nowych mediach			Kod przedmiotu	26
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO5	1				9	ZO5	1			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Razem		15		Razem		9	
ECTS		1		ECTS		1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawy wiedzy społecznej

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i rozumie media - ich zalety, ale i zagrożenia, jakie niosą.	
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiającą 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
	W2.1	Zna i rozumie naukę o człowieku w kontekście cyberzagrożeń.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać tę wiedzę do własnej profilaktyki, a także do etycznego i odpowiedzialnego korzystania ze świata cyfrowego.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.		K_U11
	U2.1	Potrafi posługiwać się terminologią z zakresu cyberzagrożeń.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ze względu na szybko zmieniającą się technologię widzi sens stałego doskonalenia się w problematyce cyberzagrożeń.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05

K2	K2.1	Jest świadomy wpływu technologii cyfrowych na życie pojedynczego człowieka, jak i całych społeczeństw.		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
	K3.1	Jest gotowy do odpowiedzialnej działalności w sferze mediów cyfrowych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie tematyki i wymagań zaliczeń.		1	1
2	Geneza Internetu. Przesłanki przemian technologii info-komunikacyjnych.		2	2
3	Wychowawcze i demoralizujące czynniki związane z Internetem.		2	2
4	Przemoc wirtualna. Jej skutki i przeciwdziałanie.		2	0
5	Ciemna strona sieci. Uzależnienia od Internetu.		2	2
6	Niebezpieczeństwa gier komputerowych. Społeczny odbiór gier i ich znaczenie.		2	0
7	Patologie w cyberprzestrzeni jako problem społeczny.		2	2
8	Fonoholizm jako nowe uzależnienie wśród nastolatków.		2	0
ŚRODKI DYDAKTYCZNE				
Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Aktywność, kolokwium z wiedzy.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza		
		Wykład		
W1	W1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_W11
		Umiejętności		
		Wykład		
U1	U1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_U11
		Kompetencje		
		Wykład		
K1	K1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K05
K3	K3.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach	K_K06
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Orliński W., Internet : czas się bać, Warszawa 2013.			
2	Trejderowski T., Kradzież tożsamości: terroryzm informatyczny : cyberprzestępstwa, Internet, telefon, Facebook, Warszawa 2013.			
3	Społeczeństwo sieci. M. Castells. Warszawa 2012.			
4	Cyberkolonializm, K.Gawkowski. Gliwice 2018.			
Uzupelniająca				
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. Sokołowski. Toruń 2013.			
4	Zrozumieć socjal media. A. Rogowski. Gliwice 2020.			

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki internetowe			Kod przedmiotu	27
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	II		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	E2	2				9	E2	2			
		15	ZO2	1				9	ZO2	1	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna historyczny i społeczny dyskurs związany z Internetem. Rozumie praktyczne zastosowanie.	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W2.1	Rozpoznaje gatunki internetowe.	
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
	U1.1	Rozpoznaje i nazywa gatunki internetowe, potrafi je analizować, stosując adekwatne metody.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U2.1	Potrafi stosować adekwatne do komunikacji medialnej słownictwo.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K1.1	Ma świadomość oddziaływania mediów.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT	30	18
Wykład	15	9

1	Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.		2	2		
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	1		
3	Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego.		2	1		
4	Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku.		2	1		
5	Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów.		2	1		
6	Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku.		2	1		
7	Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku.		2	1		
8	SMS - wyznaczniki gatunku.		1	1		
Ćwiczenia			15	9		
1	SMS - wyznaczniki gatunku.		2	0		
2	Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania.		5	1		
3	Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady.		2	4		
4	Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów.		4	1		
5	Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo.		1	2		
6	Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych.		1	1		
ŚRODKI DYDAKTYCZNE						
Komputer, smartfon, tablet, kamera, dyktafon cyfrowy, aparat fotograficzny, mikrofony.						
KRYTERIA OCENY						
Wykład						
Kolokwium.						
Ćwiczenia						
Aktywność, prace praktyczne adekwatne do tematyki zajęć i założonych efektów.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
		Wiedza		Wykład		
W1	W1.1	1	kolokwium	K_W02		
W2	W2.1	1	kolokwium	K_W08		
		Umiejętności		Wykład		
U1	U1.1	1	kolokwium	K_U07		
U2	U2.1	1	kolokwium	K_U10		
		Kompetencje		Wykład		
K1	K1.1	1	kolokwium	K_K05		
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W08
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U07
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U10
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K05
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 Prof. 2010.					
Uzupełniająca						
1	Z. Bauer i E. Chudziński (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.					
2	L. Olszański, Media i dziennikarstwo internetowe, Wydawnictwo Poltext 2012.					
3	J. Podracki, E. Wolańska, Język w mediach elektronicznych, Warszawa 2008.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki prasowe			Kod przedmiotu	28
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	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO3	2				9	ZO3	2			
			15	ZO3	1				9	ZO3	1

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim, umiejętność selekcji materiału, znajomość podstawowych zasad poprawności językowej.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna wyznaczniki terminologiczne z zakresu prasy.	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W2.1	Rozróżnia gatunki prasowe, potrafi wskazać ich nazwę i wyznaczniki na konkretnych przykładach.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi wyszukać, przeanalizować, dokonać selekcji, ocenić przydatność i wykorzystać informacje.	
U2	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
	U2.1	Potrafi rozpoznać, nazwać, zanalizować, zinterpretować i umiejscowić poszczególne gatunki prasowe.	
Kompetencje			
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

	K1.1	Ma świadomość konieczności dbania o kulturę i etykę wypowiedzi oraz konieczności tworzenia komunikatywnych przekazów.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego. Język wypowiedzi w prasie: słownictwo, kolokwializacja, wulgaryzmy, odmiany językowe w prasie. Błędy językowe.		1	1
2	Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.		2	1
3	Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers , sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.		2	1
4	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.		2	1
5	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.		2	1
6	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, życiorys, nekrolog/wspomnienie.		2	1
7	Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.		2	1
8	Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.		2	2
Ćwiczenia			15	9
1	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	1
2	Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lidów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.		5	3
3	Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	1
4	Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		4	2
5	Esej – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	2
SRODKI DYDAKTYCZNE				
Przykładowe teksty z dziennikarstwa prasowego. Prezentacje multimedialne.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Kolokwium.				
Ćwiczenia				
Pisemne lub praktyczne kolokwium zaliczeniowe, obejmujące weryfikację znajomości wyznaczników gatunków prasowych i umiejętności pisania tekstu mieszczącego się w konkretnym gatunku prasowym.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza		Wykład
W1	W1.1	1	kolokwium	K_W03
W2	W2.1	1	kolokwium	K_W08
		Umiejętności		Wykład
U1	U1.1	1	kolokwium	K_U01
U2	U2.1	1	kolokwium	K_U07
		Kompetencje		Wykład
K1	K1.1	1	kolokwium	K_K09
		Wiedza		Ćwiczenia
W1	W1.1	1	kolokwium	2
				aktywność na zajęciach
W2	W2.1	1	kolokwium	2
				aktywność na zajęciach
		Umiejętności		Ćwiczenia
U1	U1.1	1	kolokwium	2
				aktywność na zajęciach
U2	U2.1	1	kolokwium	2
				aktywność na zajęciach

Kompetencje | Ćwiczenia

K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K09
-----------	-------------	---	-----------	---	------------------------	--------------

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. |

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki radiowe			Kod przedmiotu	29
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	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO3	2				9	ZO3	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
		Razem		15		Razem		9	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju gatunków radiowych.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Posługuje się terminologią związaną z radiem i jego specyfiką.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Zna i rozumie typologię gatunków radiowych oraz ich zastosowanie w praktyce medialnej.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem radia oraz dokonać ich analizy.	
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
	U2.1 Wykorzystuje wiedzę teoretyczną na temat ewolucji gatunków radiowych w praktyce.	
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
	U3.1 Rozpoznaje, klasyfikuje i nazywa typowe gatunki radiowe, dokonuje ich analizy i interpretacji, umiejscawiając w odpowiednim kontekście.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Dokonuje samokształcenia i poszerza swoje wiadomości oraz umiejętności na temat najnowszych zmian w obrębie gatunków dziennikarskich.	
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
	K2.1	Odnosi zdobytą wiedzę na temat gatunków radiowych do projektowania działań zawodowych.	
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
	K3.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami, szczególnie w aspekcie radiowym.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.	2	2
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	1
3	Słuchowisko a inne gatunki radiowe. Środki wyrazu. Proces powstawania. Słuchowiska w Polsce. Przykłady słuchowisk ciągłych. Autorzy oryginalnych słuchowisk Teatru Polskiego Radia. Słuchowiska Teatru Polskiego Radia wydane drukiem.	2	1
4	Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.	2	1
5	Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.	2	1
6	Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.	2	1
7	Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.	3	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS						EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1	kolokwium	2	projekt	3	aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach			K_W08
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U02
U3	U3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U07
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach					K_K02
K2	K2.1	1	obserwacja studenta					K_K03
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_K08

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.
Uzupełniająca	
1	Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000.
2	Beliczyński J., Radio jako obiekt zarządzania, Kraków 2005.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki telewizyjne			Kod przedmiotu	30
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	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO3	2				9	ZO3	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza ogólna o języku polskim oraz telewizji.

CEL PRZEDMIOTU

Przekazanie wiedzy na temat informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych. Historia i współczesność polskiej publicystyki telewizyjnej. Związki retoryki z publicystyką.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i rozumie specyfikę mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Rozumie podstawowe terminy charakterystyczne dla mediów.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W3.1	Rozróżnia cechy charakterystyczne gatunków wypowiedzi.	
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
	U1.1	Wykorzystuje wiedzę na temat gatunków dziennikarskich, aby określić treść i znaczenie zawartych w nich komunikatów.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykorzystując nabytą wiedzę potrafi formułować komunikaty za pomocą różnych gatunków telewizyjnych.	
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
	K2.1	Rozumie praktyczne zastosowanie gatunków telewizyjnych w relacjach społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	

K3	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.						K_K01	
	K3.1	Podejmuje pracę samokształceniową w zakresie najnowszych trendów w kreowaniu wypowiedzi w mediach elektronicznych.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT						15	9	
Ćwiczenia						15	9	
1	Wyznaczniki dyskursu telewizyjnego. Styl w telewizji. Charakterystyka tekstów telewizyjnych. Autotematyzm telewizji.					2	1	
2	Charakterystyka informacyjnych gatunków telewizyjnych: wzmianka, informacja, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, korespondencja, raport, reportaż telewizyjny.					4	2	
3	Charakterystyka publicystycznych gatunków telewizyjnych: film dokumentalny, powieść w odcinkach, komentarz, felieton, recenzja.					4	3	
4	Charakterystyka informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych: wywiad, debata, talk-show.					3	2	
5	Telewizja w Internecie.					2	1	
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
Podręczniki i literatura uzupełniająca. Fachowa prasa z dziedziny mediów (Press). Analiza charakterystycznych przykładów gatunków telewizyjnych (Internet). Studenci przedstawiają prezentację multimedialne (z interaktywnymi linkami) oraz krótkie audycje filmowe na temat wybranych gatunków telewizyjnych (rzutnik, komputery).								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
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.								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W08
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	K_U07
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach			K_K03
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_K01
LITERATURA								
Podstawowa								
1	Dziennikarstwo i świat mediów, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2000.							
2	W. Godzic, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.							
Uzupełniająca								
1	30 najważniejszych programów TV w Polsce, red. W. Godzic, Warszawa 2005.							
2	A. Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, przeł. A. Sadza, Kraków 2011.							
3	H. Jenkins, Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, przeł. M. Bernatowicz. M. Filiciak, Warszawa 2007.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy fotografii I			Kod przedmiotu	31
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	15	ZO1	2				9	ZO1	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9
	Razem	15		Razem	9
	ECTS	2		ECTS	2

WYMAGANIA WSTĘPNE

Brak.

CEL PRZEDMIOTU

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma wiedzę w zakresie podstaw historii fotografii. Rozpoznaje przykłady znanych dzieł fotografów.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna zasady działania aparatu fotograficznego.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W3.1	Ma wiedzę w zakresie doboru parametrów do wykonania poprawnego zdjęcia.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Umie identyfikować i eliminować najczęstsze błędy spotykane w fotografii.	
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
	U2.1	Student potrafi posługiwać się aparatem fotograficznym i samodzielnie wykonać fotografię.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Potrafi dobrać odpowiedni obiektyw do rodzaju wykonywanej fotografii.	

Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01
	K1.1	Student jest przygotowany do posługiwania się fotografią na użytek własny i dalszego kształcenia na wyższych poziomach nauczania.		
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
	K2.1	Zna i szanuje prawo autorskie.		
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Rys historyczny fotografii.	1	1
2	Budowa aparatu fotograficznego, podstawowe funkcje i posługiwanie się nim. Różnice w rejestracji obrazu a widzeniu oka ludzkiego.	3	2
3	Trójkąt ekspozycji - odpowiedni dobór ekspozycja za pomocą czasu, przysłony i czułości w aparacie fotograficznym.	5	2
4	Metody i techniki pomiaru oświetlenia.	3	2
5	Podział i różne typy obiektywów – długość ogniskowej, otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu.	3	2

ŚRODKI 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) .

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS			EFEKT			
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02		
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W03		
W3	W3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W06
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach			K_U01		
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U02		
U3	U3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U10		
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K01		
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K03		
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K07		

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	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007.
---	--

2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawiłości, Kraków 2000.
3	Mała historia fotografii / Boris von Brauchitsch ; przeł. Jan Koźbiał i Barbara Tarnas. - Warszawa: Cyklady, 2004.

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy fotografii II			Kod przedmiotu	32
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	II		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		15	ZO2	2				9	ZO2	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza nabyta w pierwszym semestrze Podstaw fotografii

CEL PRZEDMIOTU

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma wiedzę jak dobrać odpowiedni sprzęt fotograficzny do wykonywania zadanego rodzaju fotografii.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Posiada wiedzę na temat kompozycji obrazu.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W3.1	Ma wiedzę o przygotowaniu studia do wykonywania w nim fotografii.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi dobrać osprzęt i parametry aparatu do uzyskania zadanych efektów na zdjęciu.	
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
	U2.1	Rozpoznaje rodzaje kompozycji i potrafi je nazwać i zastosować.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Samodzielnie potrafi pracować w studio fotograficznym, dobrać rodzaje oświetlenia i modyfikatorów do wykonywania zadanych prac fotograficznych.	

Kompetencje						
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01		
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.				
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		
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.				
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07		
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			15	9		
Ćwiczenia			15	9		
1	Głębia ostrości - przysłona jako narzędzie do uzyskania odpowiedniej plastyki obrazu. Perspektywa w fotografii.			4	2	
2	Zasady kompozycji obrazu.			4	2	
3	Praca w studio fotograficznym. Lamy studyjne światła błyskowego i ciągłego. Balans bieli według wzorca. Rodzaje modyfikatorów oświetlenia.			7	5	
SRODKI 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).						
KRYTERIA OCENY						
Ćwiczenia						
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.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
	Wiedza		Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_W03
W3	W3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W06
	Umiejętności		Ćwiczenia			
U1	U1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U02
U3	U3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U10
	Kompetencje		Ćwiczenia			
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K07
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	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.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy edytorstwa			Kod przedmiotu	33
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	II		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO2	2				9	ZO2	2			
		15	ZO2	1				9	ZO2	1	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa znajomość oprogramowania Office.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Zna i rozumie znaczenie i wartość edytorstwa pośród nauki o nowych mediach.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna 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
	U1.1 Potrafi zaplanować, zaprojektować, zrealizować projekt graficzny z zakresu edytorstwa (np. zin, ulotka, plakat, zaproszenie, okładka, itp.)	
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
	U2.1 Potrafi operować terminologią z zakresu edytorstwa i typografii.	
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1 Jest gotowy do samodzielnego projektowania prac edytorskich.	

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
	K2.1	Jest gotowy do tworzenia komunikatywnych projektów edytorskich, twórczych i estetycznych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Historia edytorstwa - historia pisma i obrazu jako elementu tekstu.	2	0
2	Słownik typograficzny 1	2	2
3	Słownik typograficzny 2	2	2
4	Złoty podział i ciąg Fibonacciego w edytorstwie	2	1
5	Zasady korekty edytorskiej	2	1
6	Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji	1	1
7	Estetyka w edytorstwie - przegląd publikacji	2	0
8	Rodzaje ilustracji	2	2
Ćwiczenia		15	9
1	Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji	2	2
2	Zasady składu tekstu w zależności od typu publikacji	2	1
3	Podstawy programu Indesign	5	3
4	Projektowanie krojów pisma	4	3
5	Rodzaje ilustracji	2	0

ŚRODKI 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.

KRYTERIA OCENY

Wykład

Kolokwium pisemne z wiedzy (z terminologii). Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.

Ćwiczenia

Projekt tekstu z oprawą ilustracyjną lub / i projekt własnego kroju pisma. Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Wykład			
W1	W1.1	1 kolokwium	K_W01
W2	W2.1	1 kolokwium	K_W03
Umiejętności Wykład			
U1	U1.1	1 aktywność na zajęciach	K_U03
U2	U2.1	1 kolokwium	K_U08
		2 aktywność na zajęciach	K_U08
Kompetencje Wykład			
K1	K1.1	1 kolokwium	K_K02
		2 aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1 kolokwium	K_K09
		2 aktywność na zajęciach	K_K09
Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 praca semestralna	K_W01
		2 aktywność na zajęciach	K_W01
W2	W2.1	1 praca semestralna	K_W03
		2 aktywność na zajęciach	K_W03
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	U1.1	1 praca semestralna	K_U03
		2 aktywność na zajęciach	K_U03
U2	U2.1	1 praca semestralna	K_U08
		2 aktywność na zajęciach	K_U08
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	K1.1	1 praca semestralna	K_K02
		2 aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1 praca semestralna	K_K09
		2 aktywność na zajęciach	K_K09

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.
Uzupełniająca	
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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Media społecznościowe			Kod przedmiotu	34
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	I		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
15	E1	2								9	E1	2							
			15	ZO1	2								9	ZO1	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.

CEL PRZEDMIOTU

Poznanie głównych problemów teoretycznych na obszarze refleksji o Internecie i mediach społecznościowych. Wyposażenie studentów w wiedzę o Internecie, blogach, facebooku, YouTubie, Second Lifie, mediach alternatywnych i globalnych.

Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i rozumie specyfikę mediów społecznościowych.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów społecznościowych.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W3.1	Zna i rozumie formę komunikowania się za pomocą mediów społecznościowych, ich wpływ na społeczne życie człowieka, na reklamę.	
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
	U1.1	Potrafi zdobytą wiedzę wykorzystać do tworzenia kreatywnego i wartościowego przekazu w mediach społecznościowych.	
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
	U2.1	Potrafi w sposób profesjonalny używać języka branżowego z zakresu mediów społecznościowych.	

Kompetencje			
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
	K1.1	Jest gotowy do operowania kanałami mediów społecznościowych w celu czynnego uczestniczenia w życiu kulturalnym.	
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
	K2.1	Jest świadomy tego, jak wielką wagę mają media społecznościowe w kształtowaniu więzi społecznych.	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	2	1
2	Psychologia Internetu.	1	1
3	Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1
4	Media globalne jako media społecznościowe.	1	1
5	Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1
6	Facebook jako medium społecznościowe.	1	0
7	Instagram jako medium społecznościowe.	1	0
8	You Tube jako medium społecznościowe.	1	0
9	Nowe zjawiska wśród mediów społecznościowych: tweeter, tik-tok, ...	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa, itd.	1	1
11	Facebook, Instagram, Tweeter jako media społecznościowe.	0	1
12	You Tube i TikTok jako media społecznościowe.	0	1
13	Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	0
14	Second Life jako medium społecznościowe.	1	0
15	Second Life jako medium społecznościowe. Tożsamość internetowa i awatarowa.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	0
Ćwiczenia		15	9
1	Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	1	1
2	Psychologia Internetu.	1	1
3	Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1
4	Media globalne jako media społecznościowe.	1	1
5	Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1
6	Facebook jako medium społecznościowe.	1	0
7	Instagram jako medium społecznościowe.	1	0
8	You Tube jako medium społecznościowe.	1	0
9	Nowe zjawiska wśród mediów społecznościowych: tweeter, tik-tok, ...	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa, itd.	2	0
11	Facebook, Instagram, Tweeter jako media społecznościowe.	0	1
12	You Tube i TikTok jako media społecznościowe.	0	1
13	Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	1
14	Second Life jako medium społecznościowe.	1	0
15	Second Life jako medium społecznościowe. Tożsamość internetowa i awatarowa.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	0
SRODKI DYDAKTYCZNE			
komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura przedmiotu; formy przekazu: wykład, dyskusja, analiza wybranych mediów społecznościowych			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			

Weryfikacja wiedzy teoretycznej: kolokwium pisemne.

Ćwiczenia

Weryfikacja wiedzy praktycznej: utworzenie serii postów na kanały mediów społecznościowych PWSZ lub nagranie odcinka na wybrany temat na kanał YouTube

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT	
Wiedza Wykład						
W1	W1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_W07
Umiejętności Wykład						
U1	U1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_U08
Kompetencje Wykład						
K1	K1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_K03
K2	K2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_K08
Wiedza Ćwiczenia						
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W07
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U08
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K03
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K08
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.					
2	Nowina Konopka M., Informorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017.					
3	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006.					
4	Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.					
Uzupełniająca						
1	Red. Drzyzga P., Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Prawo prasowe			Kod przedmiotu	35
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	II		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	ZO2	2				9	ZO2	2			

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład			Wykład		
		15			9
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawy prawoznawstwa.

CEL PRZEDMIOTU

1. 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.
2. Przedstawienie praw i obowiązków dziennikarzy, m.in. prawa do uzyskania informacji, prawa do uzyskania odpowiedzi na krytykę, obowiązku zachowania szczególnej staranności oraz tajemnicy dziennikarskiej.
3. Wyjaśnienie prawnych regulacji, dotyczących znaczenia autoryzacji oraz sprostowania.
4. Student zapozna się z szeroko pojętą organizacją działalności prasowej, radiowej i telewizyjnej.
5. Rozwinie umiejętność posługiwania się językiem prawnym i prawniczym, m.in. w obszarze odpowiedzialności cywilnej i karnej dziennikarzy oraz prasy.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	Student wykazuje się wiedzą, dotyczącą najważniejszych regulacji prawa prasowego, takich jak: prawa i obowiązki dziennikarzy, pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania, organizacja działalności prasowej, organizacja działalności radiowej i telewizyjnej, ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych oraz odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy. Rozumie rolę etyki w pracy dziennikarza.	
W2	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	K_W15
	Posiada wiedzę na temat wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	
	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	

W3	W3.1	Student wykazuje się znajomością podstawowej wiedzy dotyczącej miejsca prawa prasowego w strukturze nauk prawnych oraz w strukturze nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna jego pojęcie, funkcje, zasady prawa oraz źródła prawa.	K_W01
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną z zakresu prawa prasowego w celu rozwiązywania prostych przypadków.	
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
	U2.1	Posiada umiejętność identyfikowania naruszeń prawa prasowego, w szczególności zagrożeń, dotyczących wolności pracy oraz zna ich skutki prawne.	
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_U08
	U3.1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie na tematy dotyczące regulacji prawa prasowego, używając w sposób prawidłowy języka prawnego i prawniczego.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ma świadomość konieczności aktualizacji nabytej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz poszerzania umiejętności z zakresu prawa prasowego.	
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
	K2.1	Student jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy oraz zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych w pracy dziennikarskiej. W swojej działalności profesjonalnej kieruje się zasadami etyki dziennikarskiej.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Student jest kompetentny do podejmowania i uzasadniania samodzielnych decyzji oraz działań zawodowych w zakresie odnoszącym się do obowiązujących regulacji z zakresu prawa prasowego.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Wykład		15	9
1	Pojęcia prawa prasowego, jego zasady oraz źródła prawa.	2	2
2	Wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	2	1
3	Prawa i obowiązki dziennikarzy w ujęciu prawa prasowego.	2	1
4	Pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania.	2	1
5	Organizacja działalności prasowej.	2	1
6	Organizacja działalności radiowej i telewizyjnej.	2	1
7	Ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych.	2	1
8	Odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy.	1	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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. Orzecznictwo sądowe. Komentarze.

KRYTERIA OCENY**Wykład**

Podstawą zaliczenia przedmiotu jest obecność na zajęciach oraz podejście do ustnego kolokwium na koniec semestru.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT	
Wiedza Wykład						
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W13
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W15
W3	W3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W01
Umiejętności Wykład						
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U05
U3	U3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U08
Kompetencje Wykład						
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K06
K3	K3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K07

LITERATURA**Podstawowa**

1	Sieńczyło-Chlabicz J., Prawo mediów, Wydawnictwo LexisNexis Polska, Warszawa 2013.
2	Sobczak J., Prawo prasowe. Komentarz, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2008.
3	Czarny-Drożdżejko E., Autoryzacja wypowiedzi w świetle Prawa prasowego, „Przegląd Sądowy”, 2018, nr 11-12, s. 34-49.

Uzupelniająca

1	Górski A., Odpowiedzialność dziennikarza za materiał prasowy – różnice pomiędzy zniesławieniem a ochroną dóbr osobistych: uwagi praktyczne, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy”, 2013, tom 5/16, s. 155-174.
2	Zaremba M., Tajemnica zawodowa dziennikarza a jego odpowiedzialność prawna, „Strudia Medioznawcze”, 2003, nr 2, s. 24-40.
3	Kosmaty P., Wykroczenia w działalności prasowej dziennikarzy, „Kwartalnik Krajowej Szkoły Sądownictwa i Prokuratury”, 2018, z. 4, s. 43-58.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Copywriting I			Kod przedmiotu	36
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO1	2				9	ZO1	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		15		Razem		9	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym fachem copywritera

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i definiuje zasady działania copywritingu	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Rozumie powiązanie różnych mediów z działalnością copywritera	
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
	U1.1	Wykorzystują wiedzę na temat precyzyjnego wypowiedzania się w mowie i piśmie przy tworzeniu narzędzi np. sloganów reklamowych	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.		K_U14
	U2.1	Zna zasady współpracy w grupie do stworzenia zadania praktycznego.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Podjęmę pracę samokształceniową w zakresie prowadzenia projektów multimedialnych.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT	15	9
-------	----	---

Ćwiczenia				15	9
1	Czy każdy może być copywriterem?			4	3
2	Rozpoczęcie pracy jako copywriter. Więcej niż tylko słowa. Techniki i style copywritingu			4	3
3	Profil klienta, produkt i most korzyści			4	2
4	Interaktywna struktura tekstu, szablon tekstu po zamknięcie sprzedaży			3	1
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
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.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS				EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach		K_W02
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach		K_W03
	Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta
U2	U2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta
	Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta
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	Miroslaw M. Bujko, Sebastian Hejnowski, Wydawnictwo: MT Biznes, Siła narracji marketingowej, 2017.				
3	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Copywriting II			Kod przedmiotu	37
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	VI		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO6	2				9	ZO6	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym fachem copywritera

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i definiuje zasady działania narzędzi w pracy copywritera.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna powiązania terminologii z zakresu mediów i potrafi je wykorzystać w działalności copywritera.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Rozumie znaczenie zdobywania informacji z różnych źródeł i wykorzystuje je zgodnie z przeznaczeniem.	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.		K_U14
	U2.1	Współpracuję w grupie w celu realizacji zadań zgodnych z potrzebami wykonania zadania.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Rozumie znaczenie wdrażania twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania w ramach tworzenia projektów multimedialnych.	
K2	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K2.1	Rozpoznaje dylematy związane z zawodem copywritera i znajduje rozwiązania.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Teoria reklamy, rodzaje reklam, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych	3	2
2	Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych. Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.	7	4
3	Pisanie przekonujących reklam. Zakładanie działalności copywriting. Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec	3	2
4	Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS			EFEKT		
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W03
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U14
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K07

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.

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Retoryka i erystyka			Kod przedmiotu	38
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	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
15	E5	2								9	E5	2							
			15	ZO5	2								9	ZO5	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość zasad kultury języka.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie retoryki w komunikacji społecznej i mediach, widzi jej wartość i potrzebę w praktycznej działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej. Zna terminologię retoryczną.	
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu retoryki jako istotnego elementu komunikacji interpersonalnej i społecznej.	
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
	W3.1	Zna miejsce retoryki w nauce o języku, jest świadomy tego, jak ważna jest umiejętność klarownego i poprawnego używania polszczyzny.	
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
	U1.1	Potrafi używać terminologię z zakresu retoryki i wykorzystywać wiedzę retoryczną do precyzyjnego i spójnego prezentowania treści, w zależności od celu wypowiedzi, odbiorców i medium.	

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
	U2.1	Dzięki wiedzy retorycznej potrafi budować klarowne wypowiedzi, poparte odpowiednimi źródłami, potrafi adekwatnie dobierać argumenty.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01
	K1.1	Ma świadomość tego, że retoryka jest szerokim zagadnieniem, a umiejętności z jej zakresu należy zdobywać stale, także po zakończeniu studiów.		
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
	K2.1	Docenia znaczenie retoryki - jej wartość w budowaniu takich komunikatów, które tworzą więzi społeczne, podnoszą jakość wykonywanej pracy, mogą wpłynąć na realne zmiany społeczne.		
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
	K3.1	Jest gotowy do stałej dbałości o jakość swoich wypowiedzi i wykorzystania retoryki do budowania wartościowych i komunikatywnych przekazów.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Historia retoryki		2	1
2	Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki		2	1
3	Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)		2	1
4	Triady retoryczne i ich przydatność podczas wystąpień		2	1
5	Toposy i argumenty - typologia		2	1
6	Rodzaje perswazji		1	1
7	Manipulacja - analiza przykładów		1	1
8	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów)		1	1
9	Przekaz medialny jako przekaz retoryczny		2	1
Ćwiczenia			15	9
1	Układanie mowy według przepisu Briana Tracy'ego		3	2
2	Toposy i argumenty - typologia w praktyce		2	1
3	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów i nagrań z platformy TED)		4	2
4	Ćwiczenia z wystąpień wg gatunków (laudacja, toast, pożegnanie, zaproszenie, itp.)		4	2
5	Prezentacja wystąpień studenckich		2	2
ŚRODKI DYDAKTYCZNE				
Narzędzia: komputer, rzutnik, wi-fi, kartki papieru. Pomoce: publikacje, filmy na platformach YouTube, TED, prezentacje				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Aktywność, egzamin pisemny z wiedzy.				
Ćwiczenia				
Aktywność, Praca semestralna z ćwiczeń - przygotowanie wystąpienia / mowy na zadany temat.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza		Wykład
W1	W1.1	1	egzamin	2
W2	W2.1	1	egzamin	2
W3	W3.1	1	egzamin	2
		Umiejętności		Wykład
U1	U1.1	1	egzamin	2

U2	U2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_U09
Kompetencje Wykład						
K1	K1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_K08
K3	K3.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	K_K09
Wiedza Ćwiczenia						
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W01
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W16
W3	W3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W17
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U08
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_U09
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K08
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K09
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.					
Uzupelniająca						
1	B. Sobczak, Retoryka telewizji, Poznań 2018.					
2	B. Tracy, Mów i zwyciężaj, Warszawa 2010.					
3	B. Bogołębska, M. Warsowicz, Retoryka i jej zastosowania, Łódź 2016.					

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Arcydziela kinematografii polskiej i światowej			Kod przedmiotu	39
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	VI		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO6	4				18	ZO6	4				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W1.1	Zna i definiuje gatunki filmowe.	
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
	W2.1	Rozumie powiązanie nauk o komunikacji społecznej i mediach z filmoznawstwem.	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W3.1	Orientuje się w podstawowych zagadnieniach metodologii filmoznawczej.	
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
	U1.1	Wykorzystuje wiedzę na temat filmów do praktycznej analizy nowych mediów.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.		K_U11
	U2.1	Posługuje się aparaturą pojęciową z zakresu filmoznawstwa.	
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
	U3.1	Orientuje się w najważniejszych zjawiskach artystycznych, historycznych i społecznych na przecięciu medioznawstwa i filmoznawstwa.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Podejmuje pracę samokształceniową w zakresie znajomości najważniejszych osiągnięć reżyserów XX i XXI wieku.	
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
	K2.1	Wykorzystuje znajomość arcydzieł filmowych do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym.	
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K3.1	Rozumie znaczenie arcydzieł filmowych w relacjach społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Kino autorskie: Obywatel Kane, reż. Orson Welles, 1941.	2	3
2	01.01.1957 01:00:00	2	0
3	Francuska Nowa Fala: Do utraty tchu, reż. Jean-Luc Godard, 1960.	2	0
4	Włoski neorealizm: Mamma Roma, reż. Pier Paolo Pasolini, 1962.	2	2
5	01.01.1968 01:00:00	2	0
6	Kino nowej wrażliwości: Wszystko o mojej matce, reż. Pedro Almodóvar, 1999.	2	0
7	Polska szkoła filmowa: Kanał, reż. Andrzej Wajda, 1956.	2	2
8	Polska Nowa Fala: Diabeł, reż. Andrzej Żuławski, 1972.	2	2
9	Kino moralnego niepokoju: Coś za coś, reż. Agnieszka Holland, 1977.	2	2
10	Kino wartości: Dekalog VI, reż. Krzysztof Kieślowski, 1988.	2	0
11	Polskie kino gatunków: Psy, reż. Władysław Pasikowski, 1992.	2	0
12	Kino rozrachunkowe: Ida, reż. Paweł Pawlikowski, 2013.	2	0
13	Kolokwium pisemne.	2	1
14	Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła filmowego.	2	3
15	Kino nieme i niemiecki ekspresjonizm: Nosferatu - symfonia grozy, reż. Wilhelm Murnau, 1922.	2	3

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Kolokwium pisemne.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT	
	Wiedza		Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W08
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_W09
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W12
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U02
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_U11
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U16
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	kolokwium			K_K03
K3	K3.1	1	kolokwium			K_K05

LITERATURA

Podstawowa

1	Encyklopedia kina, red. T. Lubelski, współpr. A. Garbicz, Kraków 2003.
2	A. Gwóźdź, Obrazy i rzeczy. Film między mediami, Kraków 2003.

3	J. Płużewski, Historia filmu 1895-2005, Warszawa 2007.
Uzupełniająca	
1	D.B. Sova, 125 zakazanych filmów. Historia cenzury w kinie, przeł. M. Hen, Warszawa 2006.
2	M. Lisowska-Magdziarz, Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów, Kraków 2019.
3	P. Witek, Kultura, film, historia. Metodologiczne problemy doświadczenia audiowizualnego, Lublin 2005.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Marketing w nowych mediach	Kod przedmiotu	40
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO5	3				18	ZO5	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu
Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi

CEL PRZEDMIOTU

zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i promocyjno-reklamowej.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Wyszukuję informacje z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia	
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
	U2.1	Redaguje krótkie, a także dłuższe teksty/slogany/plany marketingowe etc., które są zgodne z zasadami poprawnej polszczyzny.	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U3.1	Przyjmuje różne role wg potrzeb realizacji zadania.	
Kompetencje			

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykorzystuję kreatywne myślenie i działanie do stworzenia projektu multimedialnego.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem działań marketingowych w firmach i znajduje praktyczne rozwiązania.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych	5	3
2	Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT - zadania praktyczne	10	6
3	Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce	5	3
4	Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.	8	5
5	System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT			
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	kolokwium			K_W01		
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02		
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W03		
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U09
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U14
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach					K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach					K_K07

LITERATURA

Podstawowa

1	Kotler, Philip, Marketing od Ado Z, Wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, 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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Kod przedmiotu	41
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Przygotowanie do egzaminu dyplomowego	Język wykładowy	polski
Semestr	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO6	4			18	ZO6	4		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia		30	Ćwiczenia		18
Razem		30	Razem		18
ECTS		4	ECTS		4

WYMAGANIA WSTĘPNE

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.

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do egzaminu dyplomowego, którego zasady szczegółowo opisuje zarządzenie dyrektora Instytutu Humanistycznego z roku 2022.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma świadomość funkcjonowania różnych mediów, różnorodności gatunków medialnych oraz narzędzi. Zna ich zastosowanie ze względu na formę, medium, odbiorcę, cel, itp.)	
W2	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W2.1	Zna zasady budowania warsztatu badawczego, tworzenia zawodowego portfolio.	
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
	U1.1	Potrafi zbudować klarowną wypowiedź na temat swoich osiągnięć z zakresu studiowanego kierunku, wykorzystując do tego odpowiedni aparat pojęciowy i wykorzystując odpowiednie źródła.	
U2	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
	U2.1	Potrafi nie tylko orientować się we współczesnych zjawiskach świata intermedialnego, ale i pokazać tę wiedzę w swoich pracach, projektach medialnych.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02

K1	K1.1	Wyselekcjonowane portfolio pokazuje gotowość do podjęcia samodzielnej pracy zawodowej w zakresie nowych mediów.		K_K02
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
	K2.1	Potrafi tworzyć dzieła z zakresu nowych mediów zorientowane na odbiorcę - na rozwój więzi społecznych i zawodową skuteczność.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Omówienie zasad egzaminu oraz prezentacja zagadnień egzaminacyjnych.		2	1
2	Zasady autoprezentacji podczas egzaminu dyplomowego		2	1
3	Analiza i selekcja prac powstałych podczas praktyk		4	2
4	Analiza i selekcja prac powstałych podczas zajęć		4	2
5	Analiza i selekcja działań na rzecz uczelni i tych pozauczelnianych		4	2
6	Przygotowywanie materiału służącego jako prezentacja multimedialna / film		8	6
7	Ćwiczenia z budowy wypowiedzi i autoprezentacji		6	4
ŚRODKI 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.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Aktywność, portfolio wymagane do egzaminu, autoprezentacja multimedialna.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	K_W02
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	K_W12
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	K_U09
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	K_U16
	Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	K_K08
LITERATURA				
Podstawowa				
1	M. Leary, Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji, Sopot 2017.			
2	Rzędowscy, Mistrzowskie prezentacje, Gliwice 2017.			

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Praktyki zawodowe			Kod przedmiotu	42
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Praktyki zawodowe		Język wykładowy	polski	
Semestr	IV		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		0	ZO4	30				0	ZO4	30	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Razem	0		Razem	0	
ECTS	30		ECTS	30	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza z zakresu mediów, zarządzania oraz języka, literatury i kultury.

CEL PRZEDMIOTU

Celem praktyki zawodowej jest zapoznanie z potencjalnym środowiskiem przyszłej pracy, wdrożenie do działalności profesjonalnej w wybranej instytucji, pod kierunkiem opiekuna

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji społecznej i medialnej.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Wyszukuję informacje z różnych źródeł i stosuje je w praktyce zgodnie z przeznaczeniem.	
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
	U2.1	Redaguje krótkie i dłuższe teksty użytkowe, które są zgodne z zasadami poprawnej polszczyzny.	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U3.1	Przyjmuje różne role wg potrzeb realizacji zadania w jednostce organizacyjnej.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02

K1	K1.1	Wykorzystuję kreatywne myślenie i działanie do tworzenia wg potrzeb projektów multimedialnych.	K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z zawodem/branżą i stara się znaleźć ich rozwiązania.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT

0

0

Ćwiczenia

0

0

1	Aktywnie uczestniczy w wypełnianiu zadań wynikających z potrzeb jednostki, w której odbywa praktykę.	0	0
2	Prawa i obowiązki dziennikarzy; dostęp do informacji, tajemnica dziennikarska, sprawozdawczość sądowa	0	0
3	Zasady publikowania sprostowań, komunikatów i ogłoszeń prasowych	0	0
4	Działalność medialna a własność intelektualna: prawo autorskie; elementy własności – marki i znaku towarowego	0	0
5	Przygotowuje się do wykonywania działalności profesjonalnej w taki sposób, że: obserwuje (hospituje) czynności opiekuna praktyki	0	0
6	Współpracuje z opiekunem praktyk; samodzielnie wykonuje zadania i zbiera materiały z wykonanej pracy, by przygotować projekt, np. film z odbytej praktyki	0	0
7	Przygotowuje dokumentację wykonanego zadania. Dokonuje refleksyjnej autoewaluacji swej pracy (dziennik praktyk)	0	0
8	W trakcie praktyki student wykonuje swoje obowiązki pod nadzorem wyznaczonego przez daną jednostkę pracownika – opiekuna praktyki	0	0
9	Reklama w działalności medialnej; sponsoring, telesprzedaż, lokowanie produktu	0	0
10	Media a uregulowania w zakresie ochrony konkurencji	0	0

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Wykład

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT		
		Wiedza	Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	obserwacja studenta	K_W01		
W2	W2.1	1	obserwacja studenta	K_W02		
W3	W3.1	1	obserwacja studenta	K_W03		
		Umiejętności	Ćwiczenia			
U1	U1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U09
U3	U3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U14
		Kompetencje	Ćwiczenia			
K1	K1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K07

LITERATURA

Podstawowa

1	Joanna Wrycza-Bekier, Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy, Wydawnictwo One Press 2019.
2	A. Noga, Teorie przedsiębiorstw, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2009.

Uzupełniająca

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

2	M. Smycz, Prawo autorskie i prawa pokrewne, wyd. LEX, 2003.
3	M. Jankowska, Autor i prawo do autorstwa, wyd. Warszawa Wolter Kruwers Polska.
4	J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z montażu I			Kod przedmiotu	43
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	II		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO2	2				18	ZO2	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Zaangażowanie.

CEL PRZEDMIOTU

Zajęcia mają za cel zdobycie przez studenta wiedzę, 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 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, Przedmiot podzielony będzie na dwa bloki: teoretyczny i praktyczny.

1. Zapoznanie studentów z podstawami gramatyki języka filmowego w krótkim filmie dokumentalnym/videoclipie
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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja.	K_W09 K_W06
W2	Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji.	K_W09 K_W06
W3	Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych.	K_W09 K_W06
W4	Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu.	K_W09 K_W06
W5	Objaśnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie.	K_W09 K_W06
W6	Wymienia rodzaje światła na planie filmowym.	K_W09 K_W06
Umiejętności		
U1	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie.	K_U07 K_U08
U2	Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez	K_U07 K_U08
U3	Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego.	K_U07 K_U08

U4	Interpretuje przykład krótkiego filmu dokumentalnego oraz videoclipu w warstwie estetycznej		K_U07	K_U08
Kompetencje				
K1	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego.		K_K02	K_K03
K2	Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania		K_K02	K_K03
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w reportażu i videoblogu.		1	1
2	Podstawy kadrowania i kompozycji kadru. Plany operatorskie. Montaż wewnątrzkadrowy i wewnątrzujęciowy. Rola światła w zdjęciach filmowych.		1	1
3	Rodzaje oświetlenia na planie. Teoretyczne podstawy montażu - sztuka opowiadania obrazem.		4	2
4	Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadr, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]		6	5
5	Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów. Realizacja krótkiego filmu dokumentalnego / videoclipu.		7	3
6	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.		5	3
7	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 efektemia dźwiękowymi (podstawy sound designe).		6	3
ŚRODKI 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.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Projekt video [indywidualny lub w małych grupach] ; Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
Wiedza Ćwiczenia				
W1	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
W2	Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
W3	Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
W4	Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
W5	Objaśnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
W6	Wymienia rodzaje światła na planie filmowym.			K_W09 K_W06
	1	projekt	2	
Umiejętności Ćwiczenia				
U1	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie.			K_U07 K_U08
	1	projekt	2	
U2	Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez			K_U07 K_U08
	1	projekt	2	
U3	Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego.			K_U07 K_U08
	1	projekt	2	
U4	Interpretuje przykład krótkiego filmu dokumentalnego oraz videoclipu w warstwie estetycznej			K_U07 K_U08
	1	projekt	2	
Kompetencje Ćwiczenia				

K1	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego.		K_K02 K_K03
	1	projekt	
K2	Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania wiedzy w zakresie analizy dzieła filmowego.		K_K02 K_K03
	1	projekt	
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.		

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z montażu II			Kod przedmiotu	44
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO3	2				18	ZO3	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Efekty uczenia się osiągnięte na Warsztatach I

CEL PRZEDMIOTU

Zajęcia mają za cel zdobycie przez studenta wiedzę, 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 szczególnym uwzględnieniem typów narracji w krótkim filmie fabularnym.

Przedmiot podzielony będzie na dwa bloki: teoretyczny i praktyczny:

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja.	K_W06 K_W09
W2	Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji.	K_W06 K_W09
W3	Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych.	K_W06 K_W09
W4	Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu.	K_W06 K_W09
W5	Objaśnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie.	K_W06 K_W09
W6	Wymienia rodzaje światła na planie filmowym.	K_W06 K_W09
Umiejętności		
U1	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie.	K_U07 K_U08
U2	Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez	K_U07 K_U08
U3	Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego.	K_U07 K_U08
U4	Interpretuje przykład krótkiego filmu fabularnego w warstwie estetycznej i ideowej.	K_U07 K_U08

Kompetencje					
K1	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego.			K_K02 K_K03	
K2	Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania			K_K02 K_K03	
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT				30	18
Ćwiczenia				30	18
1	Część teoretyczna – Gramatyka języka filmowego. Analiza struktur narracyjnych form audiowizualnych w krótkiej fabule.			1	1
2	Znaczenie dramaturgiczne kompozycji kadru w opowieści fabularnej. Sztuka dramaturgicznego montażu filmowego wspierającego psychologiczną, symboliczną warstwę fabuły.			0,5	0,5
3	Budowanie znaczenia emocjonalnego poprzez światło, kolor, ruch wewnątrzkadrowy w zdjęciach filmowych.			0,5	0,5
4	Teoretyczne podstawy montażu - sztuka dramaturgicznego opowiadania obrazem w scenie, sekwencjach.			4	2
5	Część praktyczna I - Podstawy warsztatu operatorskiego [sprzęt, plan, kadr, ujęcie, scena, sekwencja; światło, dźwięk – elementarne zasady]			6	5
6	Część praktyczna II - Opracowanie indywidualnych /grupowych scenariuszy, pomysłów na fabułę. Realizacja krótkiej fabuły.			5	3
7	Część praktyczna III - Opanowanie zaawansowanych zasad montażu krótkiej fabuły 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 wspierających fabularną opowieść.			7	3
8	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 efektemia dźwiękowymi (sound designe).			6	3
ŚRODKI 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.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
Projekt video [indywidualny lub w małych grupach] ; Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS			EFEKT	
	Wiedza		Ćwiczenia		
W1	Definiuje takie pojęcia jak: produkcja i postprodukcja.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
W2	Definiuje podstawowe pojęcia budowy filmu: kadr, ujęcie, scena, sekwencja, akt, oś akcji.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
W3	Wyjaśnia podstawowe rodzaje planów filmowych.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
W4	Wskazuje zależność: ustawienie kamery a deformacja obrazu.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
W5	Objaśnia znaczenie ścieżki dźwiękowej w filmie.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
W6	Wymienia rodzaje światła na planie filmowym.				K_W06 K_W09
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
	Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	Obsługuje kamerę, ustawia światło, nagrywa dźwięk na planie.				K_U07 K_U08
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
U2	Stosuje w montażu zmienny rytm, potrafi budować napięcie dramaturgiczne poprzez				K_U07 K_U08
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
U3	Analizuje podstawowe elementy obrazu filmowego.				K_U07 K_U08
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
U4	Interpretuje przykład krótkiego filmu fabularnego w warstwie estetycznej i ideowej.				K_U07 K_U08

U4	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U07 K_U08
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	Posiada zdolność do pracy w zespole na płaszczyźnie planu filmowego.				K_K02 K_K03
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
K2	Jest wrażliwy na problematykę dzieła filmowego, jest zdolny do samodzielnego pogłębiania				K_K02 K_K03
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
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				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty pracy z kamerą			Kod przedmiotu	45
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	30	ZO1	2				18	ZO1	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Praktyczna praca z kamerą, rejestrowania obrazu video oraz dźwięku.

CEL PRZEDMIOTU

Podstawowa znajomość obsługi kamery i pracy z nią.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W1.1	Student zna techniczne aspekty pracy z kamerą filmową, rozumie teorię i zasady ustwień ekspozycji, czułości (ISO) oraz czasu migawki, zna również zasady ostrzenia, balansu bieli i różne rodzaje klatkarza. Student zna różne rodzaje obiektywów, stałogoniskowych, zmiennogoniskowych, zna zasady wyboru odpowiedniego obiektywu do pożądanego efektu w obrazie.	
	W1.2	Student zna różne techniki stabilizacji obrazu oraz ruchu kamery, a także posiada wiedzę na temat zasad budowania kompozycji ujęć statycznych i w ruchu.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W2.1	Student zna różne rodzaje rejestracji dźwięku poprzez mikrofony efektowe wbudowane w kamerę, jak i specjalne mikrofony zewnętrzne: kierunkowe i pojemnościowe. Zna również rodzaje rejestratorów dźwięku współpracujących z kamerą, oraz wbudowane i zewnętrzne rodzaje mikrofonów dedykowane do rejestratorów dźwięku.	

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 zakresu sztuk filmowych i teatralnych.		K_U04
	U1.1	Student potrafi prawidłowo konfigurować i obsługiwać kamerę filmową, manipulować ustawieniami czułości (ISO) czasu migawki, regulować balans bieli i klatkarz. Student potrafi dobrać odpowiedni obiektyw do konkretnego rodzaju ujęcia, potrafi zastosować różne techniki stabilizacji obrazu oraz manipulować ruchem kamery. Ma także umiejętność praktycznego zastosowania zasad kompozycji do konkretnego rodzaju kadru, potrafi również zaprojektować oraz zrealizować różne rodzaje ujęć zarówno statyczne jak i ujęcia w ruchu.	

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
	U2.1	Student potrafi zarejestrować dźwięk w kamerze poprzez mikrofony efektowe wbudowane w kamerę, potrafi również do nagrania dźwięku, czy to wywiadu, czy dźwięku efektowego z planu użyć mikrofonów zewnętrznych, podłączonych bezpośrednio do kamery. Student potrafi obsługiwać rejestrator dźwięku potrafi nagrać na rejestrator dźwięk wywiadu lub z planu przez mikrofony wbudowane w rejestrator lub mikrofony zewnętrzne.	

Kompetencje

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
	K1.1	Student jest gotowy do praktycznej pracy z kamerą filmową w różnych kontekstach, od kręcenia filmów i realizacji projektów filmowych, po obsługę wydarzeń na żywo.	
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
	K2.1	Student przygotowany jest do rejestrowania wysokiej jakości obrazu video na kamerze, a także nagrywania dźwięku na kamerę lub rejestrator.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Zapoznanie studentów z podstawową obsługą kamery. Zasady ustwień: ekspozycji, czułości (ISO) czasu migawki, ostrzenia obiektywu, balansu bieli i różnych klatkarzy; rodzajem obiektywów stałogoniskowych i zmiennogoniskowych. Zapoznanie studentów z regułami wyboru odpowiedniego obiektywu do zaplanowanego rodzaju ujęcia statycznego lub ujęcia na ruchu.	8	6
2	Zapoznanie studentów z rodzajem kadrów oraz ujęć statycznych i na ruchu; zapoznanie z nagrywaniem dźwięku na kamerę oraz rejestrator dźwięku z uwzględnieniem wbudowanych oraz zewnętrznych mikrofonów.	8	6
3	Ćwiczenia w kadrowaniu oraz praktyka ujęć statycznych i na ruchu; ćwiczenia w nagrywaniu dźwięku wywiadu oraz dźwięku z planu.	7	3
4	Podsumowanie: prezentacja materiałów filmowych.	7	3

ŚRODKI 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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Nagranie krótkiej formy filmowej: wywiadu, minireportażu, newsa, relacji z wydarzenia

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
	W1.2	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	K1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach

LITERATURA

Podstawowa

1	M. Górka, Visual Storytelling, Warszawa 2019.
2	Joseph V. Mascelli, 5 tajemnic warsztatu filmowego, Warszawa 2007.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat lektora I			Kod przedmiotu	46
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO1	1				9	ZO1	1				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
		Razem		15		Razem		9	
		ECTS		1		ECTS		1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16
	W1.1	Ma wiedzę z zakresu budowy aparatu artykulacyjnego, higieny głosu, zasad operowania głosem zależnie od miejsca, celu wypowiedzi, odbiorcy.	
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
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu ortofonii, zasad akcentowania oraz intonacji, funkcjonowania głosu zależnie od medium.	
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
	U1.1	Potrafi budować spójne wypowiedzi przy użyciu odpowiedniej intonacji, zasad ortofonii, wzorcowego akcentowania.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U2.1	Potrafi używać terminologii z zakresu ortofonii.	
Kompetencje			
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

K1	K1.1	Ma świadomość tego, jak ważne jest w komunikacji odpowiednie intonowanie, operowanie wysokością i natężeniem głosu, dbałość o melodykę i poprawność dykcyjną.	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
	K2.1	Ma świadomość tego, że praca nad głosem wymaga stałej dbałości o higienę aparatów niezbędnych do mówienia, a także stałej pracy nad doskonaleniem dykcji.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Mowa i jej mechanizmy. Jak rodzi się głos?	2	1
2	Higiena i profilaktyka dot. narządów mowy i słuchu	2	1
3	Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe	2	2
4	Ortofonia - norma i błędy współczesnego języka polskiego	3	2
5	Zasady akcentowania w języku polskim	2	1
6	Kurs dykcji	4	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W16
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W17
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U08
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U10
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K08
K2	K2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K09

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupelniająca

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

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat lektora II			Kod przedmiotu	47
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	V		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO5	1				9	ZO5	1				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
		Razem		15		Razem		9	
		ECTS		1		ECTS		1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16
	W1.1	Ma wiedzę na temat wartości głosu, jego możliwości, jego działania w różnych sytuacjach komunikacyjnych.	
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
	W2.1	Zna zasady poprawnej polszczyzny z zakresu ortofonii, jest świadomy współczesnych błędów i zaniedbań w zakresie wymowy.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu ortofonii do budowania udanych brzmieniowo komunikatów z zakresu różnych gatunków mowy.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U2.1	Potrafi posługiwać się terminologią z zakresu warsztatu lektora.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Jest gotowy do dalszego samodzielnego doskonalenia własnego głosu i dykcji.	

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
	K2.1	Jest gotowy do stałej dbałości o estetykę i jakość brzmienia swoich wypowiedzi, o budowanie wypowiedzi komunikatywnych na poziomie nie tylko treści, ale i dykcji oraz intonacji.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT

15

9

Ćwiczenia

15

9

1	Powtórka wiadomości z I semestru	2	1
2	Emisja głosu - ćwiczenia oddechowe	2	1
3	Zasady akcentowania w języku polskim - akcent wyrazowy, zdaniowy, intonacja.	3	2
4	Interpretacja głosowa różnych gatunków tekstów (takich jak np. bajka, wiersz, monolog prozą, komentarz do filmu, serwis informacyjny, zapowiedź, itp.)	4	3
5	Czytanie i wygłaszanie tekstów w różnych warunkach akustycznych oraz przy użyciu mikrofonu	4	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W16
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W17
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U08
U2	U2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U10
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K09

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupelniająca

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

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty fotograficzne			Kod przedmiotu	48
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO1	2				18	ZO1	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza ogólna związana z fotografią.

CEL PRZEDMIOTU

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Posiada wiedzę na temat źródeł światła i jak je wykorzystać w fotografii.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna schematy oświetlenia i ma wiedzę jak je stosować i dobierać.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
	W3.1 Ma wiedzę jak wykonać portret, czym charakteryzuje się fotoreportaż, co to jest makrofotografia.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi dokonać pomiaru oświetlenia i je zinterpretować.	
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
	U2.1 Potrafi samodzielnie pracować w studio fotograficznym i poza nim.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10

	U3.1	Potrafi samodzielnie wykonać portret, fotoreportaż czy makrofotografię.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.	
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
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Pomiar rozpiętości kontrastu, ekspozycja na światła, ekspozycja na cienie. Pomiar pod światło. Światło padające i odbite. Pomiar światła mieszanego.	5	3
2	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	6
3	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	3
4	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	3
5	Makrofotografia lub fotografia zbliżeniowa – ćwiczenia w atelier fotograficznym i w plenerze. Przegląd i omówienie fotografii na podstawie samodzielnie wykonanych prac.	5	3

ŚRODKI 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). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne).

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza		
		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W03
W3	W3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W06
		Umiejętności		
		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U3	U3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U10
		Kompetencje		
		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K03
K3	K3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K07

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 uduwnień i zawiłości, Kraków 2000.
3	Oświetlenie w fotografii / Witold Dederko. - Wyd. 2. - Warszawa: Wydawnictwa Artystyczne i Filmowe, 1969.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty radiowe			Kod przedmiotu	49
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	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO3	2				18	ZO3	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza na temat gatunków informacyjnych i dziennikarskich w odmianie publicystycznej.

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z warsztatem dziennikarskim właściwym radiowym formom wypowiedzi i przygotowanie ich do zastosowania tej wiedzy w praktyce.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Posługuje się terminologią związaną z radiem i jego specyfiką medialną.	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W2.1	Zna i rozumie typologię gatunków radiowych oraz ich zastosowanie w praktyce medialnej. Posiada wiadomości z historii radia.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W3.1	Posiada podstawową wiedzę na temat techniki radiowej w aspekcie kulturowym oraz medialnym.	
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
	U1.1	Wykorzystuje techniki radiowe w realizacji projektów medialnych.	
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
	U2.1	Posługuje się umiejętnościami w zakresie komunikacji interpersonalnej w praktyce radiowej.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Dokonuje samokształcenia i poszerza swoje wiadomości oraz umiejętności w kategoriach związanych z radiem jako medium.	

K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K2.1	Odnosi zdobyte umiejętności do projektowania działań zawodowych, szczególnie projektów multimedialnych.	
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
	K3.1	Uczestniczy w życiu kulturalnym i medialnym, wykorzystując wiedzę oraz umiejętności związane z mediami, szczególnie w aspekcie radiowym.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Analiza warsztatowa wybranych form radiowych.	5	4
2	Dźwięk jako istota radia.	5	4
3	Realizacja informacyjnych form radiowych i ich montaż.	4	2
4	Redagowanie serwisu informacyjnego i jego prezentacja.	4	2
5	Sztuka wywiadu dziennikarskiego.	4	2
6	Realizacja form publicystycznych i dokumentalnych.	4	2
7	Reportaż radiowy.	4	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Warsztaty są w większości prowadzone w profesjonalnym studiu radiowym w jednej z głogowskich rozgłośni, a także w sali z wygłuszonymi ścianami. Narzędzia: komputer, rzutnik, program do montażu audio, dyktafon. Formy przekazu: instruktaż, dyskusja, praca indywidualna i w grupie, nagrania w studiu i w plenerze.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Zadanie nagrania krótkiej formy radiowej, montaż audio.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	kolokwium	K_W03
W2	W2.1	1	praca semestralna	K_W05
W3	W3.1	1	praca semestralna	K_W06
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	projekt	K_U03
U2	U2.1	1	projekt	K_U08
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	projekt	K_K02
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	K_K03

LITERATURA

Podstawowa

1	M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo, Warszawa, 2008.
2	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.
3	Boyd A., Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, Kraków 2006.

Uzupelniająca

1	Bralczyk J., Język na sprzedaż, Gdańsk 2004.
2	Jędrzejewski S., Od muzyki w radiu do muzyki w sieci, "Kultura Współczesna" 2017, nr 3 (96), s. 78-90.
3	Stasiuk-Krajewska K. (red.), Dziennikarz, mediaworker, influencer. O kontekstach dziennikarskiej profesji, Warszawa 2019.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty telewizyjne			Kod przedmiotu	50
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO3	2				18	ZO3	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość podstaw gramatyki języka polskiego na poziomie gimnazjum i liceum.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Zna i rozróżnia nauki komunikacji społecznej i mediów oraz rozumie ich zastosowanie w kulturze, mediach i promocji.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W2.1	Pojmuje wagę wykorzystywania nowoczesnych systemów komunikacyjnych.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W3.1	Posiada wiedzę na temat cech charakterystycznych dla poszczególnych gatunków wypowiedzi i wie, jak je wykorzystać.	
Umiejętności			
U1	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U1.1	Orientuje się charakterystycznych terminach związanych z komunikowaniem się w przestrzeni medialnej.	
U2	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów, aby świadomie wyszukać potrzebne informacje, poddać je analizie i zredagować na potrzeby konkretnych sytuacji.	
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

	U3.1	Umie zakwalifikować przekaz medialny jako konkretny gatunek dziennikarski, przeanalizować treść, jego znaczenie i kontekst.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Samodoskonali umiejętności redagowania treści.		
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	
	K2.1	Jest gotowy do wykorzystania mediów na potrzeby kreowania materiałów w różnych dziedzinach życia społecznego.		
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	
	K3.1	Rozumiejąc wagę komunikacji i mediów w rozwoju więzi społecznych potrafi w pracy kierować się troską o właściwe wykorzystanie nabytych umiejętności.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Podstawy dziennikarstwa telewizyjnego, cechy typowe dla medium telewizyjnego, odróżniające je swą specyfiką od warsztatu dziennikarza prasowego czy radiowego.		2	1
2	Zasady samodzielnego przygotowania i realizacji różnych form wypowiedzi dziennikarza telewizyjnego: prostej informacji, felietonu, wywiadu, programu studyjno-filmowego, reportażu filmowego i innych.		2	2
3	Trening przed kamerą: autoprezentacja, interpretacja tekstu czytanego i mówionego, relacja reporterska.		2	1
4	Zasady filmowania i montażu filmowego w technologii cyfrowej. Nowoczesne kamery		2	1
5	Podstawy montażu.		2	1
6	Oprogramowanie komputerów. Precyzyjny montaż na poziomie technicznym spełniającym wymogi profesjonalne.		2	1
7	Przygotowanie do zawodu montażysty.		2	1
8	Podstawy reżyserii.		2	1
9	Rola prowadzącego, producenta, operatora obrazu, autora felietonu, lektora czy montażysty.		2	2
10	Obsługa profesjonalnych kamer filmowych i TV (przygotowanie do zawodu operatora kamery).		2	1
11	Nagrywanie programu, dobór i konfiguracja sprzętu filmowego (kamery, dźwięk, światło, systemy montażowe itp.).		2	1
12	Praca indywidualna lub w zespole nad wybranym większym projektem (zwykle reportażem), od własnego pomysłu do samodzielnego montażu i zgrania.		2	2
13	Realizator imprez okolicznościowych RIO.		2	1
14	Ogólna wiedza z zakresu filmu.		2	1
15	Ć15 – Podstawy produkcji filmowej (dostosowanie umiejętności i zainteresowań do dzisiejszej specyfiki rynku).		2	1
ŚRODKI 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 prezentację 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.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
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.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza Ćwiczenia			

W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W01
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_W07
W3	W3.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach K_W08
Umiejętności Ćwiczenia							
U1	U1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach		K_U10
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach		K_U01
U3	U3.1	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach K_U07
Kompetencje Ćwiczenia							
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K03
K3	K3.1	1	egzamin	2	praca semestralna		K_K08
LITERATURA							
Podstawowa							
1	W. Godzic, Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.						
2	A. Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne, Kraków 2011.						
3	M. Kita, I. Loewe, Język w telewizji, Katowice 2016.						
Uzupełniająca							
1	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.						
2	M. Chyliński, S.Russ-Mohl, Dziennikarstwo, Toruń 2019.						
3	P. Bourdieu, O telewizji. Panowanie dziennikarstwa, Warszawa 2009.						

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z autoprezentacji			Kod przedmiotu	51
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	15	ZO1	1				9	ZO1	1		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		15		Razem		9	
ECTS		1		ECTS		1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Osiągnięcie efektów kształcenia wynikające z realizacji przedmiotu

CEL PRZEDMIOTU

Głównym celem zajęć jest wyposażenie studentów w umiejętności niezbędne do odpowiedniego przygotowania wystąpienia publicznego, jego realizacji i odpowiedniej ewaluacji.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i promocyjno-reklamowej.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Wyszukuję informację z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia	
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
	U2.1	Redaguje krótkie i dłuższe teksty użytkowe zgodnie z zasadami poprawnej polszczyzny	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U3.1	Przyjmuje różne role, które są zgodne z potrzebami wykonania zadania.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02

K1	K1.1	Rozumie znaczenie przedsiębiorczego i kreatywnego myślenia do stworzenia prezentacji/autoprezentacji, portfolio etc.	K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane zastosowaniem zasad autoprezentacji.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Autoprezentacja wymogiem współczesności; skuteczna autoprezentacja • rodzaje wystąpień publicznych	2	1
2	Cele i warunki wystąpień • etapy przygotowania wystąpień publicznych • wizualizacja wystąpień	3	2
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	1
4	Prawidłowa dykcja warunkiem skutecznego komunikowania się • prezentacja wystąpień uczestników zajęć;	3	2
5	Ewaluacja wystąpień • najczęściej popełniane błędy w wystąpieniach publicznych	5	3

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS					EFEKT		
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W01		
W2	W2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W02
W3	W3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W03
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U09
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U14
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta			K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta			K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta			K_K07

LITERATURA

Podstawowa

1	Prezentacja profesjonalna: teoria i praktyka, red. L. Jabłowska, P. Wachowiak, S. Winch, Warszawa 2008.
2	West, Edie. Przełamywanie 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 autorskie i prawa pokrewne, 2003, wyd. LEX, 3. M. Jankowska, Autor i prawo do autorstwa, wyd. Warszawa Wolter Kruwers Polska
3	M. Mckay, M. Davis, P. Fanning, Sztuka skutecznego porozumiewania się, GWP, Gdańsk 2005.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z publikacji elektronicznej i projektowania stron www			Kod przedmiotu	52
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	V		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO5	3				18	ZO5	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
		Razem		30		Razem		18	
		ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie informatyki i grafiki komputerowej.

CEL PRZEDMIOTU

Głównym celem kształcenia jest nabycie przez studenta wiedzy i umiejętności koniecznych do tworzenia publikacji elektronicznych oraz stron www

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 zna pojęcia i technologie stosowane w wykonywaniu publikacji elektronicznych	
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
	U1.1 potrafi wykonać publikację internetową stosując różne metody publikacji	
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
	K1.1 rozumie potrzebę ciągłego samodoskonalenia w kontekście zmieniających się technologii	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Wprowadzenie, publikowanie materiałów w sieci Internetowej za pomocą dostępnych serwisów.	1	1
2	Język HTML, struktura strony WWW, kodowanie polskich znaków, tworzenie i formatowanie dokumentów HTML.	5	3
3	Nowe podejście do projektowania stron www, semantyka kodu HTML.	5	3
4	Tworzenie nowoczesnych stron, udoskonalone formularze, osadzanie na stronach grafiki, video, audio oraz animacji.	4	2
5	Kaskadowe arkusze stylów (CSS), składnia CSS, selektory, właściwości, model blokowy, zasady projektowania szablonów.	4	2
6	CMS – systemy zarządzania treścią na przykładzie wordpress. Lokalny serwer www, instalacja i administracja. Tworzenie własnej strony.	9	6

7	Podsumowanie prac projektowych wykonanych w ramach realizowanych zajęć.			2	1
ŚRODKI 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.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
Ćwiczenia i projekty wykonywane na zajęciach.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD		OPIS			EFEKT
		Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	test jednokrotnego lub wielokrotnego wyboru
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach
		Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	obserwacja studenta		
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.				

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z kreatywnego pisania I			Kod przedmiotu	53
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	II		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO2	2				9	ZO2	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury, szczególnie w zakresie poetyki dzieła literackiego.

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studenta z zasadami redagowania tekstu literackiego, będącego formą epicką lub/i dramatyczną. Poznanie poetyki tych dwóch rodzajów literackich. Tworzenie własnego tekstu.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W1.1	Zna i rozróżnia gatunki literackie oraz użytkowe.	
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
	W2.1	Zna i rozumie znaczenie wiedzy oraz umiejętności wynikających z kreatywnego pisania w ich praktycznym zastosowaniu w zakresie pracy z mediami.	
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
	W3.1	Posiada wiedzę dotyczącą redakcji krótkich oraz dłuższych tekstów użytkowych zgodnie z zasadami poprawnej polszczyzny.	
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
	U1.1	Redaguje krótkie oraz dłuższe teksty użytkowe zgodnie z zasadami poprawnej polszczyzny.	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.		K_U15
	U2.1	Planuje i realizuje umiejętność redagowania krótkich oraz dłuższych tekstów użytkowych.	
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
	U3.1	Wykorzystuje wiedzę z zakresu medioznawstwa, nauk o kulturze i religii, tworząc teksty użytkowe oraz literackie.	

Kompetencje								
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.					K_K01		
	K1.1	Samodoskonaleni umiejętności redakcyjne.						
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		
	K2.1	Rzetelnie oraz uczciwie realizuje cele redakcyjne związane z pracą w mediach.						
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		
	K3.1	Jest gotowy do tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania umiejętności redakcyjnych do tworzenia treści medialnej.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT					15	9		
Ćwiczenia					15	9		
1	Świat przedstawiony dzieła literackiego. Czym jest kreatywne pisanie?				2	3		
2	Analiza świata przedstawionego i kompozycji dzieła literackiego.				2	0		
3	Temat utworu. Pułapka autobiografizmu.				2	3		
4	Tajniki warsztatu pisarskiego.				3	0		
5	Kreacja bohatera tekstu.				2	3		
6	Typologia fabuł i rodzaje narracji.				2	0		
7	Tworzenie fabuły i konstruowanie narracji.				2	0		
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, fragmenty filmów dydaktycznych, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej, kamera, mikrofon, dyktafon.								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
Zredagowanie własnego tekstu literackiego jako pracy semestralnej. Przygotowanie materiału filmowego prezentującego wybrany przez studenta gatunek literacki (na bieżąco - podczas zajęć).								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS					EFEKT		
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W08
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W09	
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W17	
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach		K_U09	
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_U15	
U3	U3.1	1	praca semestralna				K_U16	
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	obserwacja studenta			K_K01		
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K06	
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K09
LITERATURA								
Podstawowa								
1	J. Wrycza-Bekier, Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy, Gliwice 2014.							
2	Słownik literatury popularnej, red. T. Żabski, Wrocław 2006.							
3	Sieja H., Wyobraźnia, empatia i twórcze pisanie, Zagadnienia Rodzajów Literackich. 0084-4446. T. 60, z. 1 (2017), s. 9-25.							
Uzupełniająca								
1	M. Kuziak, S. Rzepczyński, Jak pisać?, Bielsko-Biała 2005.							
2	K. Bonda, Maszyna do pisania. Kurs kreatywnego pisania, Warszawa 2015.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty z kreatywnego pisania II	Kod przedmiotu	54
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO6	2				9	ZO6	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18
	Razem	30		Razem	18
	ECTS	2		ECTS	2

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza z zakresu teorii i historii literatury, szczególnie w zakresie poetyki dzieła literackiego.

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studenta z zasadami redagowania tekstu literackiego, będącego formą epicką lub/i dramatyczną. Poznanie poetyki tych dwóch rodzajów literackich. Tworzenie własnego tekstu.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W1.1 Zna i rozróżnia gatunki literackie oraz użytkowe.	
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
	W2.1 Zna i rozumie znaczenie wiedzy oraz umiejętności wynikających z kreatywnego pisania w ich praktycznym zastosowaniu w zakresie pracy z mediami.	
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
	W3.1 Posiada wiedzę dotyczącą redakcji krótkich oraz dłuższych tekstów użytkowych zgodnie z zasadami poprawnej polszczyzny.	
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
	U1.1 Redaguje krótkie oraz dłuższe teksty użytkowe zgodnie z zasadami poprawnej polszczyzny.	
U2	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.	K_U15
	U2.1 Planuje i realizuje umiejętność redagowania krótkich oraz dłuższych tekstów użytkowych.	
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
	U3.1 Wykorzystuje wiedzę z zakresu medioznawstwa, nauk o kulturze i religii, tworząc teksty użytkowe oraz literackie.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01
	K1.1	Samodoskonali umiejętności redakcyjne.		
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
	K2.1	Rzetelnie oraz uczciwie realizuje cele redakcyjne związane z pracą w mediach.		
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
	K3.1	Jest gotowy do tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania umiejętności redakcyjnych do tworzenia treści medialnej.		

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT

15

9

Ćwiczenia

15

9

1	Rola dialogów w tekście epickim oraz dramatycznym.	2	0
2	Redagowanie dialogów.	3	2
3	Struktura tekstu.	2	2
4	Tworzenie opisów i ich rola w tekście.	2	2
5	Ćwiczenia doskonalące układ kompozycyjny utworu.	2	0
6	Prezentacja i analiza prac semestralnych - własnego tekstu literackiego.	4	3

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W08
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W09	
W3	W3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W17
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	praca semestralna				K_U09	
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_U15	
U3	U3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach		K_U16	
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K01	
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K06	
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K09

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

1	M. Kuziak, S. Rzepczyński, Jak pisać?, Bielsko-Biała 2005.
---	--

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztat Podstawy e-biznesu			Kod przedmiotu	55
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Warsztaty		Język wykładowy	polski	
Semestr	VI		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO6	2				9	ZO6	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student powinien potrafić odnaleźć się w środowisku internetowych znać jego uwarunkowania i specyfikę.

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest zdobycie podstawowej wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie prowadzenia biznesu w Internecie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W1.1	Rozumie znaczenie systemów komunikacji w świecie mediów	
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
	W2.1	Zna regulacje prawne i zasady etyki zawodowej w działalności medialnej	
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
	U1.1	Zna zasady realizacji różnych projektów związanych z działalnością medialną i kulturą	
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
	U2.1	Zna i stosuje przepisy prawa i normy etyczne związane z działalnością medialną.	
U3	Potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację projektu w różnych obszarach zawodowych związanych ze studiowanym kierunkiem.		K_U06
	U3.1	Orientuje się w podstawowych zagadnieniach dotyczących realizacji projektów i środków na ich realizację	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Podejmuję pracę samokształcenia w zakresie znajomości najważniejszych osiągnięć w obszarze studiowanego kierunku.	

K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.						K_K02	
	K2.1	Wykorzystuje kreatywne i twórcze myślenie do stworzenia projektu multimedialnego.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT						15	9	
Ćwiczenia						15	9	
1	Uwarunkowania prowadzenia E--biznesu					2	1	
2	Modele prowadzenia działalności gospodarczej w Internecie					2	1	
3	Etapy tworzenia firmy w Internecie					2	1	
4	Poszukiwanie źródeł finansowania w E-biznesie (przykłady, możliwości, potencjał)					2	1	
5	Projekt zespołowy "Mój E-biznes"					4	3	
6	Prezentacja pracy zespołowej w ramach zaliczenia					3	2	
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
Zaplecze komputerowe oraz Internet								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
Ocena przez prowadzącego zajęcia zadania zespołowego "Mój E-biznes".								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS						EFEKT	
				Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W07	
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W13	
				Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U03
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U05
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U06
				Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_K01	
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K02
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.							
Uzupelniająca								
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-binzesu 3.0/ Macej Dutko- Gliwice, Wydawnictwo "Helion", 2021.							

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Warsztaty edycji obrazu			Kod przedmiotu	56
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	I		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO1	2				18	ZO1	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa znajomość pojęć z informatyki oraz obsługi środowiska komputerowego.

CEL PRZEDMIOTU

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 modułów specjalnościowych wymaga biegłej znajomości chociażby jednego z nich, ale również z tego względu, że w dużej mierze stanowi podstawę pierwszych kroków na rynku pracy.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
	W1.1 Zna podstawowe zagadnienia edycji kolorystycznej obrazu.	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
	W2.1 Zna obsługę podstawowych funkcji programu Photoshop i photopea	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Ma wiedzę z zakresu historii i teorii znaku.	
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
	U1.1 Potrafi stworzyć prosty kolaż z podanego materiału zdjęciowego.	
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
	U2.1 Potrafi w ramach projektu wykonać prezentację swoich prac poddanych obróbce w programie Photoshop.	
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
	U3.1 Potrafi powtórzyć efekty manipulacji obrazu zaobserwowane u innych artystów.	

Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu projektowania informacji wizualnych.	
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
	K2.1	Posiada perspektywę dla lepszego zrozumienia postaw innych kultur i osób.	
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K3.1	Aktywnie uczestniczy w diagnozowaniu problemów projektowych oraz określa poprawnie źródło i poprawność informacji.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Podstawowe zagadnienia z zakresu kompozycji obrazu	2	1
2	Zagadnienia typograficzne: rodzaje fontów (język opisu, postać użytkowa).	2	1
3	Technologiczna (cyfrowa) postać znaku drukarskiego – atrybuty fontu (pole znaku, system linii, pary kerningowe, informacje własnościowe).	2	1
4	Obwiednie kształtów; miary typograficzne; technika składu, formatowania i łamania tekstu; techniki makietowania; narzędzia programistyczne.	2	1
5	Zagadnienia drukarskie druku cyfrowego i poligrafii: CMYK, paser, linie cięcia, linie złożzeń, wykrojniki, kolory dodatkowe. Praktyka przygotowania do druku (cyfra, poligrafia).	4	2
6	Programy do tworzenia publikacji dla poligrafii (Adobe: InDesign, Illustrator, Photoshop, Acrobat);	18	12

ŚRODKI 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.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS			EFEKT		
		Wiedza	Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W05
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W06
W3	W3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W07
		Umiejętności	Ćwiczenia			
U1	U1.1	1	obserwacja studenta			K_U02
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U03
U3	U3.1	1	praca semestralna			K_U16
		Kompetencje	Ćwiczenia			
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K05

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. |

Uzupełniająca

- | | |
|---|---|
| 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. |

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Projektowanie graficzne I warsztaty grafiki wektorowej	Kod przedmiotu	57
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO3	3				18	ZO3	3	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia		30	Ćwiczenia		18
Razem		30	Razem		18
ECTS		3	ECTS		3

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza i umiejętności w zakresie obsługi komputera.

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 ilości elementów w całość, co sprawia, że powtarzalność formy, barwy znaku i typografii tworzy system graficzny. Elementy wykładu wspierane prezentacją, dyskusja, ćwiczenia, pogadanka heurystyczna, realizacją projektów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
	W1.1 Zna oś czasu i animację poklatkową	
	W1.2 Zna zasady ustawiania klatek kluczowych oraz tzw. in between	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
	W2.1 Zna teorię koloru.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Zna zasady kompozycji obrazu i znaku typograficznego.	
	W3.2 Zna pojęcie Gestalt i jego zastosowanie w projektowaniu.	
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
	U1.1 Umie zaplanować y wykonać prostą animację poklatkową.	
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

	U2.1	Potrafi wykonać projekt plakatu, wykorzystując wiedzę z zakresu budowania kompozycji na siatce.	
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
	U3.1	Potrafi umieścić projekt w kontekście czasu i kultury.	

Kompetencje

K1		Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu projektowania graficznego.	
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
	K2.1	Posiada perspektywę dla lepszego zrozumienia postaw innych kultur i osób.	
K3		Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
	K3.1	Aktywnie uczestniczy w debatach publicznych oraz diagnozowaniu projektowych komponentów problemów społecznych	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	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	4
2	Badanie realizacji ścisłego związku między formą graficzną (symbolem graficznym) a typografią. Precyzyjne zdefiniowanie warunków dotyczących ww zagadnień zamieszczone jest w opisie projektu (elementy książki znaku). Budowanie i dokumentacja podstawowego systemu graficznego.	7	4
3	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	5
4	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	5

ŚRODKI 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.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS	EFEKT
	Wiedza Ćwiczenia	

W1	W1.1	1	projekt				K_W05	
		2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta			
	W1.2	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			
W2	W2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W06
W3	W3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach		K_W07	
	W3.2	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			
Umiejętności Ćwiczenia								
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach			K_U02
U2	U2.1	1	obserwacja studenta					K_U03
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach					K_U16
Kompetencje Ćwiczenia								
K1	K1.1	1	praca semestralna					K_K02
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach			K_K03
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K05
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 piksłowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.							
Uzupełniająca								
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 Technik Komputerowych, 2008.							
3	Grafika komputerowa: metody i narzędzia: praca zbiorowa / pod red. Jana Zabrodzkiego ; aut. Jerzy Chrzęszcz [et al.]. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1994.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Projektowanie graficzne II warsztaty grafiki rastrowej	Kod przedmiotu	58
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO3	3				18	ZO3	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia		30	Ćwiczenia		18
Razem		30	Razem		18
ECTS		3	ECTS		3

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

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 ilości elementów w całość, co sprawia, że powtarzalność formy, barwy znaku i typografii tworzy system graficzny. Elementy wykładu wspierane prezentacją, dyskusja, ćwiczenia, pogadanka heurystyczna, realizacją projektów.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
	W1.1 Zna efekt siatki 3D w programie Adobe Photoshop.	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
	W2.1 Zna zagadnienia związane z obróbką cyfrową obrazu - potrafi stworzyć efekt mangi ze zdjęcia kolorowego.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Zna programy wykorzystujące AI w projektowaniu.	
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
	U1.1 Potrafi zastosować narzędzia związane z perspektywą w programie Adobe Photoshop.	

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		
	U2.1	Potrafi wykorzystać możliwość AI do stworzenia grafik projektowych.				
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		
	U3.1	Potrafi wykonać interaktywną prezentację za pomocą obrazów wygenerowanych przez AI.				
Kompetencje						
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.			K_K02		
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu projektowania wizualnego				
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		
	K2.1	Posiada perspektywę dla lepszego zrozumienia postaw innych kultur i osób.				
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05		
	K3.1	Charakteryzuje się postawą gotowości do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działań na rzecz społeczności lokalnej.				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			30	18		
Ćwiczenia			30	18		
1	Nauka dokonywania skojarzeń, metaforyzowania i transformowania wybranych treści w procesie projektowo-graficznym			4	2	
2	Umiejętność logicznego zarządzania treścią oraz obrazem fotograficznym w publikacji internetowej.			4	2	
3	Analiza programów graficznych (Adobe Photoshop i Adobe Illustrator) oraz właściwości i znaczenia w procesie twórczym innych materiałów pomocniczych (aparat cyfrowy, skaner, rysunki i szkice)			2	1	
4	Obróbka zdjęć i retusz komputerowy z wykorzystaniem programu Adobe Photoshop			6	3	
5	Kolaż artystyczny bazujący na własnych zdjęciach i narzędziach programu Adobe Photoshop.			7	5	
6	Budowanie właściwego przekazu społecznego oraz właściwy dobór środków artystycznych w formach projektowych (np.: plakat filmowy, plakat społeczny, kampania społeczna, projektowanie opakowań itp.)			7	5	
ŚRODKI 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 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, profesjonalne oprogramowanie do obróbki edycji grafiki rastrowej.						
KRYTERIA OCENY						
Ćwiczenia						
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.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
	Wiedza		Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3 obserwacja studenta	K_W05
W2	W2.1	1 kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3 obserwacja studenta	K_W06
W3	W3.1	1 aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W07
	Umiejętności		Ćwiczenia			

U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U02
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U03
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U16
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K05
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 piksłowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka Oficyna Wydawnicza Exit, 2012.					
Uzupelniająca						
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 Wieczorkowska. - Warszawa: Wydawnictwo Polsko-Japońskiej Szkoły Technik Komputerowych, 2008.					
3	Grafika komputerowa: metody i narzędzia: praca zbiorowa / pod red. Jana Zabrodzkiego ; aut. Jerzy Chrzęszcz [et al.]. - Warszawa: Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, 1994.					

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Grafika intermedialna			Kod przedmiotu	59
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	E6	2				9	E6	2			
		15	ZO6	1				9	ZO6	1	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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.

CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest analiza języka i zjawisk medialnych oraz kształcenie umiejętności posługiwania się w 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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	K_W05
	W1.1 Zna pojęcie "timeline" w Photoshopie oraz podstawowe pojęcia animacji 2d	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06
	W2.1 Zna zagadnienia związane z obróbką cyfrową obrazu	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Zna programy wykorzystujące AI w projektowaniu	
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
	U1.1 Potrafi zastosować narzędzia związane z perspektywą w programie Adobe Photoshop.	
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
	U2.1 Potrafi wykorzystać możliwość AI do stworzenia grafik projektowych.	

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	
	U3.1	Potrafi wykonać interaktywną prezentację za pomocą obrazów wygenerowanych przez AI.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02	
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu projektowania wizualnego		
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	
	K2.1	Posiada perspektywę dla lepszego zrozumienia postaw innych kultur i osób.		
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05	
	K3.1	Charakteryzuje się postawą gotowości do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działań na rzecz społeczności lokalnej.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Wprowadzenie w obszar grafiki działań intermedialnych.		2	1
2	Opracowanie tematów realizacyjnych		2	1
3	Formy scenariuszowe - struktura, warianty, motywy, idee		2	1
4	Prezentacje, analizy, konstrukcje zagadnień pokrewnych, analiza faktów kulturowych.		3	2
5	Rozpoznawanie oraz doświadczanie porządków postrzegania, transmisji i notacji intermedialnych.		3	2
6	Realizacje, oceny, omówienie poszczególnych etapów realizacji projektu, konsultacje.		3	2
Ćwiczenia			15	9
1	Analiza swobodnej kreacji artystycznej		5	3
2	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	6
ŚRODKI 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				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
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.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
Wiedza Wykład				
W1	W1.1	1 projekt	K_W05	
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W06
W3	W3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W07
Umiejętności Wykład				
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U02

U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach			K_U03
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach			K_U16
Kompetencje Wykład						
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K05
Wiedza Ćwiczenia						
W1	W1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W05
W2	W2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W06
W3	W3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_W07
Umiejętności Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach			K_U02
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U03
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U16
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K05
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Manovich Lev., Język nowych mediów, Warszawa 2006. Chyła 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.					
Uzupełniająca						
1	Wprowadzenie do przetwarzania informacji wizualnej. 2, Dyskretyzacja obrazu, operacje piksłowe, morfologiczne i przekształcenia obrazowe / Wojciech S. Mokrzycki. - Warszawa : Akademicka 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.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyfrowa obróbka audio-video			Kod przedmiotu	60
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	30	ZO3	3				18	ZO3	3		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość oprogramowania do montażu

CEL PRZEDMIOTU

Nauka postprodukcji materiałów audio-video

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna terminologię z zakresu oprogramowania, funkcjonowania narzędzi audio i video, a także postprodukcji w zakresie tych mediów.	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W2.1	Wie, jak materiał audio i video funkcjonuje jako zjawisko medialne, jakie standardy obowiązują w emisji danego medium, ma wiedzę z zakresu montażu i zasad postprodukcji.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu obróbki audio i video do analizowania materiałów zamieszczanych w mediach.	
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
	U2.1	Potrafi zaplanować i zrealizować projekt z zakresu audio i video, posługując się wiedzą i umiejętnościami z tego zakresu. Potrafi stworzyć projekt tego typu z przeznaczeniem do odpowiedniego medium.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Jest gotowy do twórczego i samodzielnego prowadzenia projektów wymagających wiedzy i umiejętności z zakresu obróbki audio i video.	

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
	K2.1	Jest gotowy do czynnego i twórczego uczestniczenia w życiu kulturalnym. Jest świadomy tego, jak potrzebna jest wiedza na temat obróbki audio i video, aby profesjonalnie przygotować materiał do emisji. Jest też świadomy manipulacji, które są dokonywane za pomocą tych narzędzi.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce	4	2
2	Przestrzenie dźwięku - muzyka jako tło, łączenie różnych źródeł dźwięku	4	2
3	Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku	6	4
4	Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu	2	2
5	Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach	4	2
6	Nieliniowy montaż wideo - funkcje, i praktyczne zastosowanie	4	2
7	Montaż online i offline	4	2
8	Konwersje formatów obrazu	2	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS			EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W03
W2	W2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_W05
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U03
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	K_K03

LITERATURA

Podstawowa

1	Adobe After Effects 6.0 : oficjalny podręcznik / tł. Anna Witerkowska, 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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Montaż video w mediach społecznościowych	Kod przedmiotu	61
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	30	ZO5	4				18	ZO5	4		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia			Ćwiczenia	
		30			18
Razem		30		Razem	18
ECTS		4		ECTS	4

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość oprogramowania do montażu

CEL PRZEDMIOTU

Nauka tworzenia i postprodukcji materiałów audio-video przeznaczonych do publikowania w mediach społecznościowych takich jak videoblog, instastory i rolki (reels).

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna takie formy mediów społecznościowych jak videoblog, instastory i rolki (reels).	K_W03 K_W05
Umiejętności		
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować krótkie formy filmowe (videoblog, instastory i rolki) na platformę mediów społecznościowych.	K_U02 K_U03
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do kreatywnych działań w zakresie projektowania i realizacji krótkich form filmowych na platformę mediów społecznościowych.	K_K02 K_K03

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Filmowe formy postów w mediach społecznościowych - zależność parametrów od danego kanału mediów. Trendy obecne w mediach społecznościowych - Facebook, Instagram, Tik-Tok	6	2
2	Dźwięk - parametry akustyczne w nagraniach i obróbce z przeznaczeniem dla mediów społecznościowych	2	2
3	Cyfrowa obróbka materiału filmowego pod kątem korekty dźwięku	6	2
4	Parametry obrazu wideo – proporcje obrazu	2	2
5	Montaż obrazu - ćwiczenia na wybranych tematach	4	2
6	Konwersje formatów obrazu	2	2
7	Tworzenie filmów na YouTube - wymagania platformy, trendy wśród youtuberów, parametry techniczne	8	6

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia
W1	Zna takie formy mediów społecznościowych jak videoblog, instastory i rolki (reels).		K_W03 K_W05 K_W06
	1	projekt	
		Umiejętności	Ćwiczenia
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować krótkie formy filmowe (videoblog, instastory i		K_U02 K_U03
	1	projekt	
		Kompetencje	Ćwiczenia
K1	Jest gotowy do kreatywnych działań w zakresie projektowania i realizacji krótkich form		K_K02 K_K03
	1	projekt	

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.

Uzupełniająca

1	R.Steinmetz, K.Nahrstedt: Multimedia Systems. Series: X.media.publishing Springer, 2004, ISBN: 978-3-540-40867-3
---	--

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy animacji i modelowania 3D I			Kod przedmiotu	62
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO5	2				9	ZO5	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia		15	Ćwiczenia		9
Razem		15	Razem		9
ECTS		2	ECTS		2

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość oprogramowania Photoshop

CEL PRZEDMIOTU

Nauka oprogramowania do grafiki 3D

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu projektowania 3d	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu grafiki 3d i jej wykorzystania w mediach oraz w projektach użytkowych.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać wiedzę do tworzenia obiektów 3d, analizowania grafiki pod kątem jej trójwymiarowości.	
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
	U2.1	Potrafi stworzyć projekt 3d, umie znaleźć rozwiązania praktyczne w obrębie tworzenia projektów 3d.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Jest gotowy do samodzielnego tworzenia graficznych obiektów 3d.	
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
	K2.1	Jest gotowy do tego, aby twórczo i użytkowo wykorzystywać projekty 3d w codziennym i zawodowym życiu.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA**TEMAT****15****9****Ćwiczenia****15****9**

1 Nauka programu Blender - praktyczne używanie narzędzi do modelowania

3

3

2 Praca z trójwymiarowymi obiektami

4

2

3 Tworzenie realistycznych materiałów i tekstur

4

2

4 Mapowanie tekstur na obiektach

4

2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY**Ćwiczenia**

aktywność, wykonywanie zadań z zajęć,

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_W03
W2	W2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_W05
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_U03
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_K03

Wiedza**Ćwiczenia****Umiejętności****Ćwiczenia****Kompetencje****Ćwiczenia****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.

Uzupelniająca

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy animacji i modelowania 3D II	Kod przedmiotu	63
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia					
		15	ZO6	1					9	ZO6	1		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9
	Razem	15		Razem	9
	ECTS	1		ECTS	1

WYMAGANIA WSTĘPNE

Znajomość oprogramowania Blender

CEL PRZEDMIOTU

Tworzenie animacji i grafik 3D

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu zarówno projektowania, jak i animacji 3d.	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W2.1	M wiedzę na temat tego, jak może wykorzystać modelowanie i animację 3d w mediach.	
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
	U1.1	Potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu modelowania i animacji 3d do analizowania wartości przekazów medialnych.	
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
	U2.1	Potrafi samodzielnie zrealizować twórcze projekty z zakresu modelowania i animacji 3d.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Jest gotowy do samodzielnego tworzenia modeli i animacji 3d oraz dalszej ich nauki.	
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
	K2.1	Jest gotowy do tego, aby wykorzystać wiedzę i umiejętności z zakresu modelowania i animacji 3d do projektów wzbogacających życie kultury, sztuki, jak i do codziennego, użytkowego przeznaczenia.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA**TEMAT****15****9****Ćwiczenia****15****9**

1 Tworzenia własnych modeli 3D i ich animacji

3

3

2 Podstawy tworzenia różnego typu materiałów nadawanych obiektom 3D

4

2

3 Używanie tekstur do tworzenia fotorealistycznych materiałów zgodnych ze standardem PBR

4

2

4 Komponowanie sceny, pracy z kamerą i animacji ujęć

4

2

SRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY**Ćwiczenia**

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
Wiedza				
Ćwiczenia				
W1	W1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_W03
W2	W2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_W05
Umiejętności				
Ćwiczenia				
U1	U1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_U03
Kompetencje				
Ćwiczenia				
K1	K1.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1 praca semestralna	2 aktywność na zajęciach	K_K03

Wiedza**Ćwiczenia****Umiejętności****Ćwiczenia****Kompetencje****Ćwiczenia****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. |

Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE												
Nazwa przedmiotu (modułu)		Fotografia prasowa i użytkowa							Kod przedmiotu		64	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny										
Poziom kształcenia		Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH												
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia				
		30	ZO6	3				18	ZO6	3		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH												
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		30				Ćwiczenia		18		
		Razem		30				Razem		18		
		ECTS		3				ECTS		3		
WYMAGANIA WSTĘPNE												
Wiedza ogólna związana z fotografią												
CEL PRZEDMIOTU												
<p>Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>												
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU												
KOD	OPIS											EFEKT
Wiedza												
W1	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.											K_W06
	W1.1	Zna zasady tworzenia fotoreportażu i współpracy z dziennikarzem. Posiada wiedzę na temat rodzajów i funkcji fotografii użytkowej.										
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.											K_W07
	W2.1	Wie czym charakteryzuje się dobra okładka i jak przekazywać informacje poprzez fotografie.										
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
	W3.1	Zna sposoby manipulacji w fotografii.										
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
	U1.1	Potrafi wykonać fotoreportaż lub fotografię użytkową z zadanymi parametrami.										

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	
	U2.1	Potrafi archiwizować własne materiały zdjęciowe.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.		
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02	
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.		
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	
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Fotografia prasowa i reporterska - fotoreportaż, zasady pracy fotoreportera,		4	2
2	Relacja fotografii do tekstu w prasie. Fotografia na okładce (jako okładka). Funkcja perswazyjna fotografii w prasie		6	4
3	Współpraca fotografa z dziennikarzem piszącym tekst oraz reaserch		2	2
4	Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach prasowych.		2	2
5	Fotografia użytkowa - funkcje, rodzaje, cel		6	2
6	Manipulacja w przekazie fotograficznym w materiałach użytkowych		2	2
7	Nauka fotografowania newsowego, reportażowego i archiwizowania własnych materiałów zdjęciowych		8	4
ŚRODKI 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.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Zadanie praktyczne: wybór jednego z gatunków i stworzenie serii zdjęć powiązanych tematycznie, odpowiadających treści i przeznaczeniu danego tematu lub produktu.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W06
W2	W2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W07
W3	W3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W10
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U02
U2	U2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U03
	Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K02
K3	K3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K06
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Pedro Meyer, Prawda i rzeczywistość w fotografii, Gliwice 2006.			
2	Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Fotograficzne gatunki dziennikarskie, Warszawa 2007.			
3	Krzysztof Jurecki, Wokół dekady/ fotografia polska lat 90, Łódź 2002.			
Uzupełniająca				

1	Tomasz Kizny, Niezależna Agencja Fotograficzna Dementi 1982-1991, Wrocław 2007.
2	Wojciech Zawadzki, 100 fotografii 1975-2006, Września 2007.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia artystyczna			Kod przedmiotu	65
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO6	1				9	ZO6	1				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE							
		Ćwiczenia		15				Ćwiczenia		9	
		Razem		15				Razem		9	
		ECTS		1				ECTS		1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza ogólna związana z fotografią

CEL PRZEDMIOTU

Zajęcia mają na celu wykształcenie u studentów umiejętności twórczego, samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W1.1	Wie jak działa oświetlenie studyjne i jak je kreatywnie wykorzystać.	
W2	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W2.1	Wie jakie są plany zdjęciowe i jak je zastosować.	
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
	U1.1	Potrafi prawidłowo posłużyć się sprzętem studyjnym.	
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
	U2.1	Potrafi posługiwać się systemowymi lampami błyskowymi.	
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

	U3.1	Umie dobrać odpowiednie modyfikatory oświetlenia w celu uzyskania zamierzonych efektów.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.			K_K02
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.		
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
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Ćwiczenia			15	9
1	Fotografia studyjna - ustawienia światła, funkcja nadajników i praca na grupach lamp		3	2
2	Praktyczne zastosowanie lamp błyskowych systemowych i studyjnych		3	2
3	Praca z człowiekiem na planie		3	2
4	Modelowanie światłem stałym i błyskowym		3	2
5	Modyfikatory światła		3	1
ŚRODKI DYDAKTYCZNE				
aparat fotograficzny, komputer z oprogramowaniem do postprodukcji, lampy, sala-studio; forma prowadzenia zajęć: instruktaż, analiza, ćwiczenia z aparatem w studiu i w plenerze				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Projekt fotograficzny na zadany temat.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W05
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W06
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U02
U2	U2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U03
U3	U3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U16
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K03
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Charlotte Cotton, Fotografia jako sztuka współczesna, Kraków 2010			
2	Adam Sobota, Konceptualność fotografii, Bielsko-Biała 2004.			
3	Briot A., Fotografia artystyczna: od inspiracji do obrazu, Gliwice 2011.			
Uzupelniająca				
1	Zbigniew Tomaszczuk, Świadomość kadru / szkice z estetyki fotografii, Września 2003.			
2	Wiesław Banach, Zdzisław Beksiński / antologia twórczości, Rzeszów 2007.			

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Visual merchandising			Kod przedmiotu	66
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	15	ZO5	2				9	ZO5	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma poszerzoną wiedzę z zakresu komunikacji i manipulacji w marketingu i szeroko pojętej reklamie.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu komunikacji międzykulturowej.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Dysponuje katalogiem podstawowych problemów i pojęć z zakresu edycji obrazu	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje profesjonalne umiejętności, korzystając z różnych źródeł informacji i nowoczesnych technologii.	
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
	U2.1	Integruje wiedzę z zakresu różnych dyscyplin naukowych na temat projektowania.	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U3.1	Integruje wiedzę z zakresu różnych dyscyplin naukowych na temat projektowania i psychologii Gestalt.	

Kompetencje					
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.			K_K02	
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu nauk o nowych mediach społecznościowych.			
K2	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07	
	K2.1	Jest krytyczny i otwarty na nowe idee, koncepcje, teorie, argumenty; ma świadomość funkcjonowania różnych perspektyw poznawczych oraz ograniczeń, zwłaszcza kulturowych.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT				15	9
Ćwiczenia				15	9
1	Znak i Komunikacja			1	1
2	UX/UI i psychologia Gestalt w projektowaniu			2	1
3	Psychologia koloru. Teoria koloru.			2	1
4	Władza komunikacji, dominujące narracje i kontekst kulturowy			3	2
5	Wykorzystanie elementów wizualnych w sprzedaży			2	1
6	Systemy wystawiennicze - analogowe oraz multimedialne			2	1
7	Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa i ich tworzenie.			3	2
ŚRODKI DYDAKTYCZNE					
Komputery, rzutnik multimedialny , filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia.					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci prezentacji etc.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS			EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W01	
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W02	
W3	W3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W03	
		Umiejętności	Ćwiczenia		
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U01	
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U09	
U3	U3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U14	
		Kompetencje	Ćwiczenia		
K1	K1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K02	
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K07	
LITERATURA					
Podstawowa					
1	A. Murduch, Kreatywność w reklamie, Wydawnictwo naukowe PWN, 2003.				
2	D. Daliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, Wyd. GWP, Gdańsk 2008.				
Uzupelniająca					
1	Burska K., Kreatywność językowa w reklamie: podręcznik nie tylko dla specjalistów, Łódź 2016.				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gamifikacja			Kod przedmiotu	67
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Specjalnościowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	VI		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
15	E6	2								9	E6	2							
			15	ZO6	2								9	ZO6	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych. Podstawowa wiedza z zakresu historii sztuki, kultury i literatury.

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z podstawami technik gamingowych wykorzystywanych w relacjach społecznych oraz w grach. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień tworzenia rozgrywki i narracji w gamedevie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Posiada rozległą wiedzę z zakresu teorii gier.	
	W1.2	Zna zasady projektowania gier wideo.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W2.1	Posiada rozległą wiedzę z zakresu komunikacji i manipulacji informacją.	
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
	U1.1	Potrafi samodzielnie zaplanować rozgrywkę wedle wybranego przez siebie gatunku gier.	
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
	U2.1	Potrafi samodzielnie i w zespole przygotowywać Game design document.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Analizuje i interpretuje złożone rozwiązania z zakresu projektowania gier	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
----	--	-------

K1	K1.1	Wykazuje otwartość na problemy z zakresu projektowania rozgrywki i teorii gier oraz podejmowanie samodzielnych prób ich opracowania.	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
	K2.1	Jest gotów do oceniania możliwości wykorzystania gier w różnych dziedzinach życia społecznego	
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
	K3.1	Stosuje podstawowe zasady etyki naukowej w pracy projektowej.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	3
2	Game Design Document - tworzenie dokumentacji growej i zarządzanie projektem (metoda agile i waterfall)	4	2
3	Struktura gry - jak budować gameplay i narrację. Modele gracza.	4	2
4	Tworzenie własnego systemu growego na podstawie wybranego gatunku.	3	2
Ćwiczenia		15	9
1	Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	3
2	Game Design Document - tworzenie dokumentacji growej i zarządzanie projektem (metoda agile i waterfall)	4	2
3	Struktura gry - jak budować gameplay i narrację. Modele gracza.	4	2
4	Tworzenie własnego systemu growego na podstawie wybranego gatunku.	3	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, tablety graficzne, rzutnik, wi-fi, gry, oprogramowanie do tworzenia gier

KRYTERIA OCENY

Wykład

kolokwium z wiedzy teoretycznej;

Ćwiczenia

w zakresie wiedzy praktycznej - przygotowanie scenariusza gry i/lub stworzenie gry

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Wykład			
W1	W1.1	1 kolokwium	K_W03
	W1.2	2 praca semestralna	
W2	W2.1	1 projekt	K_W07
Umiejętności Wykład			
U1	U1.1	1 praca semestralna	K_U02
U2	U2.1	1 praca semestralna	K_U03
U3	U3.1	1 praca semestralna	K_U10
Kompetencje Wykład			
K1	K1.1	1 obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1 obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1 obserwacja studenta	K_K08
Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 praca semestralna	K_W03
	W1.2	1 praca semestralna	
W2	W2.1	1 praca semestralna	K_W07
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	U1.1	1 praca semestralna	K_U02
U2	U2.1	1 praca semestralna	K_U03
U3	U3.1	1 praca semestralna	K_U10

Kompetencje | Ćwiczenia

K1	K1.1	1	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	obserwacja studenta	K_K08

LITERATURA**Podstawowa**

1	Bateman, Ch. Game writing: Narrative skills for videogames. Charles River Media 2007.			
2	Ernest Adams, Projektowanie gier. Podstawy, Gdańsk: Helion 2017.			
3	P. Kubiński, Gry wideo: zarys poetyki, Kraków: Universitas 2016			

Uzupełniająca

1	Mirosław Filiciak, Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi, Warszawa 2010			
---	---	--	--	--

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Film promocyjny – projekt medialny I			Kod przedmiotu	68
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		15	ZO5	2				9	ZO5	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	45		Ćwiczenia	27	
Razem	45		Razem	27	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest wyposażenie w wiedzę na temat idei i filmu promocyjnego, różnorodności form, a także przygotowanie scenariusza filmu promocyjnego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna formy filmów promocyjnych takich jak filmy produktowe, wizerunkowe.	K_W01 K_W05 K_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować film promocyjny.	K_U02 K_U04 K_U14
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do twórczej realizacji filmów promocyjnych.	K_K02 K_K03 K_K08

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Film promocyjny - rodzaje, tematyka, przeznaczenie	2	1
2	Retoryka filmu promocyjnego - perswazyjność obrazu filmowego	2	1
3	Przegląd najlepszych filmów promocyjnych	2	1
4	Wybór tematu projektu i podział zadań	2	1
5	Praca nad scenariuszem projektu	6	4
6	Utworzenie bazy kontaktów medialnych w celu rozpropagowania projektu	1	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, filmy, prezentacje, literatura

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Aktywność, zaangażowanie, wykonywanie zadań z zajęć

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Ćwiczenia			
W1	Zna formy filmów promocyjnych takich jak filmy produktowe, wizerunkowe.		K_W01 K_W05 K_W11
	1	projekt	
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować film promocyjny.		K_U02 K_U04 K_U14
	1	projekt	
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	Jest gotowy do twórczej realizacji filmów promocyjnych.		K_K02 K_K03 K_K08
	1	projekt	
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Pabian A., Promocja: nowoczesne środki i formy: monografia, Warszawa 2008.		
2	M. Górską, Visual Storytelling, Warszawa 2019.		

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Film promocyjny – projekt medialny II	Kod przedmiotu	69
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		30	ZO6	4				18	ZO6	4				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia		45	Ćwiczenia		27
Razem		45	Razem		27
ECTS		4	ECTS		4

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest wyposażenie w wiedzę na temat idei i filmu promocyjnego, różnorodności form, a także przygotowanie scenariusza filmu promocyjnego.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna formy filmów promocyjnych takich jak filmy produktowe, wizerunkowe.	K_W01 K_W05 K_W11
Umiejętności		
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować film promocyjny.	K_U02 K_U04 K_U14
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do twórczej realizacji filmów promocyjnych.	K_K02 K_K03 K_K08

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Rozplanowanie działań i podział studentów na grupy	2	2
2	Wybór osób do wywiadu i przeprowadzenie wywiadów	2	2
3	Zdjęcia plenerowe	8	4
4	Dobór muzyki	4	2
5	Praca nad montażem	6	4
6	Dobór muzyki i praca nad montażem	4	2
7	Działania związane z reklamą powstałego dzieła, organizacja gali pokazowej	4	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT
Wiedza					
Ćwiczenia					
W1	Zna formy filmów promocyjnych takich jak filmy produktowe, wizerunkowe.				K_W01 K_W05 K_W11
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
	2	aktywność na zajęciach			
Umiejętności					
Ćwiczenia					
U1	Potrafi zaprojektować, nagrać oraz zmontować film promocyjny.				K_U02 K_U04 K_U14
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
	2	aktywność na zajęciach			
Kompetencje					
Ćwiczenia					
K1	Jest gotowy do twórczej realizacji filmów promocyjnych.				K_K02 K_K03 K_K08
	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	
	2	aktywność na zajęciach			
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Pabian A., Promocja: nowoczesne środki i formy: monografia, Warszawa 2008.				
2	M. Górka, Visual Storytelling, Warszawa 2019.				

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Public Relations w Internecie			Kod przedmiotu	70
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	III		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	E3	2				9	E3	2			
			15	ZO3	1				9	ZO3	1

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji społecznej.

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnych płaszczyznach z zastosowaniem ich w działalności medialnej, kulturalnej i promocyjno-reklamowej	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W2.1 Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
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
	W3.1 Wykorzystuje wiedzę na temat człowieka jako podmiotu komunikacji społecznej i znajomości jego potrzeb w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie.	

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
	U1.1	Podejmuję prace samokształcenia w zakresie projektów i innych zadań związanych z działalnością medialną i kulturową, wykorzystując narzędzia informatyczne.	
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
	U2.1	Posiada rozwinięte umiejętności komunikacji interpersonalnej i używa jej w sposób precyzyjny i spójny w różnych kanałach komunikacyjnych danej działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej.	
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
	U3.1	Zna zjawiska świata intermedialnego.	

Kompetencje

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
	K1.1	Stosuję różne media jako narzędzia komunikacji ze środowiskiem kulturowym, społecznym.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	
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
	K3.1	Rozumie znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach do prawidłowego tworzenia więzi społecznych i stosuję zdobytą wiedzę w praktyce.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Internetowy savoir-vivre.	1	0
2	Strategie PR w Internecie.	1	1
3	Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w public relations.	1	1
4	Witryna internetowa jako narzędzie public relations.	1	1
5	Organizacja internetowego biura public relations.	1	1
6	Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.	1	1
7	Organizacja firmy public relations w Internecie.	1	1
8	Monitorowanie mediów on-line.	1	1
9	Pozycjonowanie witryny public relations.	1	1
10	Praca z grupami dyskusyjnymi online.	1	1
11	Internetowe narzędzia komunikacji.	1	0
12	Media społecznościowe w public relations.	1	0
13	Tworzenie blogów i mikroblogów w public relations.	1	0
14	Tworzenie serwisów wideo w public relations.	1	0
15	Tworzenie baz danych w public relations.	1	0
Ćwiczenia		15	9
1	Strategie PR w Internecie.	1	1
2	Internet i media społecznościowe jako narzędzie komunikacji w public relations.	1	1
3	Witryna internetowa jako narzędzie public relations.	1	1
4	Organizacja internetowego biura public relations.	1	1
5	Tworzenie komunikatu prasowego w Internecie.	1	1
6	Organizacja firmy public relations w Internecie.	1	1
7	Monitorowanie mediów on-line.	1	1
8	Pozycjonowanie witryny public relations.	1	1

9	Praca z grupami dyskusyjnymi online.	1	1
10	Internetowe narzędzia komunikacji.	1	0
11	Media społecznościowe w public relations.	1	0
12	Tworzenie blogów i mikroblogów w public relations.	1	0
13	Tworzenie serwisów wideo w public relations.	1	0
14	Tworzenie baz danych w public relations.	1	0
15	Internetowy savoir-vivre.	1	0

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura; formy podawcze: wykład, film, prezentacja, praca w grupach

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT
Wiedza Wykład							
W1	W1.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	K_W01
W2	W2.1	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_W02
W3	W3.1	1	egzamin				K_W11
Umiejętności Wykład							
U1	U1.1	1	projekt		aktywność na zajęciach		K_U03
		2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta		
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_U08
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_U16
Kompetencje Wykład							
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K03
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K08
Wiedza Ćwiczenia							
W1	W1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_W01
W2	W2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach				K_W11
Umiejętności Ćwiczenia							
U1	U1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_U03
U2	U2.1	1	kolokwium	2	projekt	3	aktywność na zajęciach K_U08
U3	U3.1	1	kolokwium	2	projekt	3	aktywność na zajęciach K_U16
Kompetencje Ćwiczenia							
K1	K1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K03
K2	K2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K05
K3	K3.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta K_K08

LITERATURA

Podstawowa

1	1. Wallace P., Psychologia Internetu, Poznań 2004.
2	2. Nowina Konopka M., Informorfoza zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017.
3	3. Jaskiernia A. Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006.

Uzupelniająca

1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.
2	Red. Gackowski T., Nowe media. Wyzwania i ograniczenia, Warszawa 2013.
3	Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.
4	Red. Drzyzga P., Nowe media tradycyjne środki przekazu, Tychy 2007.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama internetowa			Kod przedmiotu	71
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia			Wykład	Ćwiczenia						
	30	ZO5	3		18	ZO5	3				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
Razem	30		Razem	18	
ECTS	3		ECTS	3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student zna przykłady reklam internetowych.

CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest zdobycie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w zakresie tworzenia reklamy internetowej

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W1.1 Wykorzystuję znaczenie systemów komunikacyjnych i roli mediów w otaczającym świecie.	
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
	W2.1 Wykorzystuję zdobyta wiedzę z metod, technik i narzędzi pozyskiwania informacji właściwych dla dziedziny nauki o mediach i komunikacji	
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
	W3.1 Zna zasady etyki zawodowej i innych regulacji prawnych dotyczących tworzenia reklamy w Internecie.	
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
	U1.1 Stosuję w sposób praktycznych zdobyta wiedzę z zakresu fotografii, grafiki czy filmu, aby stworzyć reklamę w Internecie.	
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
	U2.1 Posługuje się specjalistycznym językiem, różnymi technikami kanałami komunikacji w działalności medialnej, promocyjnej czy reklamowej z uwzględnieniem umiejętności interdyscyplinarnej.	

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
	U3.1	Wykorzystuje znajomość zjawisk intermedialnych do tworzenia reklam internetowych.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Posługuję się twórczym i przedsiębiorczym myśleniem i działaniem do stworzenia w sposób samodzielny projektu reklamy.	
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
	K2.1	Stara się brać udział w życiu kulturowym, wykorzystując do tego znajomość mediów i narzędzi komunikacyjnych	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Reklama - definicja, istota, rodzaje, przykłady	2	2
2	Specyfika funkcjonowania reklamy w Internecie	2	2
3	Proces produkcji reklamy w Internecie - preprodukcja	2	1
4	Elementy produkcji reklamy	2	1
5	Postprodukcja reklamy internetowej	2	1
6	Źródła finansowania reklamy internetowej	2	1
7	Tworzenie scenariusza	2	1
8	Tworzenie storyboardu	2	1
9	Okres zdjęciowy - próby	4	2
10	Okres postprodukcji reklamy - próby	4	2
11	Kampania reklamowa w Internecie	2	1
12	Internetowe narzędzia komunikacji w Internecie	2	1
13	Zaliczenie	2	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Telefony komórkowe lub aparaty cyfrowe.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Przygotowanie indywidualnego projektu własnej reklamy internetowej.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
W2	W2.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
W3	W3.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
Umiejętności Ćwiczenia			
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
U3	U3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
Kompetencje Ćwiczenia			
K1	K1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach

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.
Uzupełniająca	
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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama telewizyjna			Kod przedmiotu	72
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	VI		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO6	2				9	ZO6	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych

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.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
W3	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W3.1	Zna i rozróżnia zjawiska medialne oraz podstawowe narzędzia animacji cyfrowej czy montażu cyfrowego w reklamie.	
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
	U1.1	Rzetelnie planują i realizuje projekty oraz zadania medialne z wykorzystaniem narzędzi informatycznych.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U2.1	Poprawienie posługują się aparatem pojęciowym z zakresu tworzenia reklam.	
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

	U3.1	Orientuje się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego i stosuje je w tworzeniu reklamy telewizyjnej.						
Kompetencje								
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.				K_K02			
	K1.1	Rozumie znaczenie wdrażania twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania w ramach tworzenia reklamy telewizyjnej.						
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.				K_K05			
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.						
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			
	K3.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie i przenosi to na grunt projektowania działań reklamowych.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT				15	9			
Ćwiczenia				15	9			
1	Scenariusz reklamowy - praca ze scenariuszem, przygotowanie scenopisów oraz wykorzystanie ich na planie			4	2			
2	Gamifikacja w elementach reklamowych - jak wciągnąć widza w grę			2	1			
3	Mechanizmy reklamowe w multimedialności			2	1			
4	Stworzenie autorskiego projektu reklamowego			7	5			
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
komputer, rzutnik, wi-fi, kamera, praca w Sali do warsztatów filmowych albo w plenerze, oprogramowanie do montażu								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
Realizacja 30-sekundowej reklamy telewizyjnej								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS				EFEKT			
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02		
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W03		
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W05		
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U03
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U10
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U16
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K08
LITERATURA								
Podstawowa								
1	Manovich L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.							
2	Hafmoki J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.							
Uzupełniająca								
1	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Reklama radiowa			Kod przedmiotu	73
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	VI		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład	Ćwiczenia					Wykład	Ćwiczenia				
	15	ZO6	2				9	ZO6	2		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	2		ECTS	2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza na temat gatunków informacyjnych i publicystycznych dziennikarskich

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z warsztatem dziennikarskim właściwym radiowym formom wypowiedzi i przygotowanie ich do zastosowania tej wiedzy w praktyce

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W1.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W2.1	Potrafi wykorzystać wiedzę dotyczącą systemów komunikacyjnych i ich roli w otaczającym świecie	
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
	W3.1	Rozumie znaczenie nauki o człowieku jako podmiocie procesów komunikowania społecznego w odniesieniu do roli mediów, promocji i reklamy w zaspokojenia potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	
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 zakresu sztuk filmowych i teatralnych.		K_U04
	U1.1	Podjęmę prace badawcze pod kierunkiem opiekuna, tworzy projekt lub warsztat związany z działalnością reklamową.	
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
	U2.1	Posługuję się specjalistycznym aparatem pojęciowym dotyczącym działalności medialnej, promocyjno-reklamowej w zakresie komunikacji interpersonalnej.	

U3	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie.						K_U15	
	U3.1	Planuje i realizuje umiejętność redagowania krótkich oraz dłuższych tekstów użytkowych.						
Kompetencje								
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.						K_K02	
	K1.1	Rzetelnie przygotowuję projekty medialne, które mają charakter twórczy i przedsiębiorczy.						
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	
	K2.1	Wykorzystuje w działaniach reklamowych różnorodne formy i narzędzia komunikacji medialnej.						
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	
	K3.1	Zna i rozumie wagę nauk o komunikacji społecznej i medialnej w odniesieniu do projektowania działań reklamowych.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT						15	9	
Ćwiczenia						15	9	
1	Analiza warsztatowa wybranych form radiowych					2	1	
2	Dźwięk jako istota radia					2	1	
3	Język reklamy radiowej					2	1	
4	Analiza reklam radiowych					2	1	
5	Realizacja reklamy radiowej					7	5	
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
Komputer, rzutnik, wi-fi, dyktafon, studio radiowe lub/i sala do nagrań								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
Realizacja reklamy radiowej.								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS						EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W03
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W07
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_W11
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_U04
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_U08
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_U15
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_K08
LITERATURA								
Podstawowa								
1	M. Chyliński, S. Russ-Mohl, Dziennikarstwo, Warszawa 2008.							
2	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Kraków 2009.							
Uzupelniająca								
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.							

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Influence w mediach społecznościowych	Kod przedmiotu	74
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE					STUDIA NIESTACJONARNE				
Wykład	Ćwiczenia				Wykład	Ćwiczenia			
	15	ZO5	1			9	ZO5	1	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
Razem	15		Razem	9	
ECTS	1		ECTS	1	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Student zna podstawowe zagadnienia z marketingu i rodzaje platform społecznościowych

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z technologiami wykorzystywanymi na platformach społecznościowych oraz ze strategiami w marketingu na platformach społecznościowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów społecznościowych.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W2.1 Zna i rozumie system mediów społecznościowych oraz ich rolę w kształtowaniu współczesnej komunikacji.	
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
	U1.1 Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną z zakresu mediów społecznościowych do opisu i analizy zjawiska influencia / influencer - potrafi wskazać wartość i różnorodność tego zjawiska w oparciu o materiał medialny (film, fotografię, grafikę, nagrania audio).	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U2.1 Potrafi posługiwać się terminologią z zakresu mediów społecznościowych.	
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
	U3.1 Potrafi nazwać i wyróżnić najważniejsze zjawiska mediów społecznościowych, przeanalizować zjawisko influencera w oparciu o różne dyscypliny z zakresu nowych mediów.	
Kompetencje		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02

K1	K1.1	Jest gotowy do krytycznej analizy materiału medialnego i samodzielnego prowadzenia projektów z zakresu mediów społecznościowych.	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
	K2.1	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym za pomocą narzędzi, jakie oferują media społecznościowe.	
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
	K3.1	Docenia znaczenie mediów społecznościowych w tworzeniu prawidłowych więzi społecznych - widzi ich zalety oraz zagrożenia. Jest gotowy do tego, aby tę wiedzę wykorzystać w sposób praktyczny w swojej pracy zawodowej.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Modele komunikacji w marketingu elektronicznym.	2	1
2	Pomiary skuteczności i optymalizacja kampanii reklamowych. Konfiguracja i planowanie kampanii reklamowych z wykorzystaniem serwerów reklam.	3	2
3	Platformy w mediach społecznościowych ich analiza oraz wykorzystywanie w praktyce.	3	2
4	Wpływ marketingu w wyszukiwarkach internetowych oraz wpływ na pocztę elektroniczną.	2	2
5	Społeczna rola influencera w mediach społecznościowych. Przegląd kanałów najważniejszych influencerów w Polsce i na świecie.	2	1
6	Platformy handlu elektronicznego. Wykorzystanie wybranych platform społecznościowych w marketingu i analizie sieci społecznych.	3	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura, kanały mediów społecznościowych, strony internetowe analizujące media społecznościowe i ich wpływ na przemiany kulturowe

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Analiza wybranego kanału mediów społecznościowych w celu stworzenia listy tematów, osób, trendów o największej oglądalności.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W03
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W07
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U10
U3	U3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U16
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K03
K3	K3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K08

LITERATURA

Podstawowa

1	M. Filiciak, G. Ptaszak, Komunikowanie się w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2009.
2	J. Królewski, P. Sala, E- Marketing. Współczesne trendy. Pakiet Startowy, wyd. PWN, Warszawa 2020.

Uzupełniająca

1	P. Kotler, H. Kartajaya, I. Setiawan, Marketing 4.0 Era cyfrowa, Wyd. mt biznes, Warszawa 2017.
2	E- Marketing, planowanie, narzędzia, praktyka, red. G. Mazurek, Wyd. Poltext, Warszawa 2018.
3	A. McStay, Reklama cyfrowa, Podręcznik, Analiza działań reklamowych największych światowych firm medialnych, wyd. Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Projekty multimedialne w mediach społecznościowych	Kod przedmiotu	75
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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				Ćwiczenia				Wykład				Ćwiczenia			
				30	ZO3	2						18	ZO3	2	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowa wiedza z zakresu funkcjonowania nowych mediów.

CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest zdobycie wiedzy i umiejętności w zakresie tworzenia projektów multimedialnych w mediach społecznościowych, z naciskiem na projektowanie UX/UI.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Ma poszerzoną wiedzę z zakresu komunikacji i manipulacji w marketingu i szeroko pojętej reklamie.	
	W1.2	Ma wiedzę z zakresu komunikacji międzykulturowej.	
W2	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.		K_W05
	W2.1	Dysponuje katalogiem podstawowych problemów i pojęć z zakresu edycji obrazu	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje profesjonalne umiejętności, korzystając z różnych źródeł informacji i nowoczesnych technologii.	
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
	U2.1	Integruje wiedzę z zakresu różnych dyscyplin naukowych na temat projektowania i psychologii Gestalt.	
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
	U3.1	Potrafi samodzielnie zdobywać informację potrzebną do realizacji własnych projektów badawczych.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Wykazuje dbałość o zachowanie standardów metodologicznych w badaniach, otwartość na problemy z zakresu nauk o nowych mediach społecznościowych.	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K2.1	Jest krytyczny i otwarty na nowe idee, koncepcje, teorie, argumenty; ma świadomość funkcjonowania różnych perspektyw poznawczych oraz ograniczeń, zwłaszcza kulturowych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	11
Ćwiczenia		15	11
1	Prezentacje multimedialne - rodzaje i ich zastosowanie .	1	1
2	Wykorzystanie elementów wizualnych w sprzedaży	1	2
3	Reklama partyzancka oraz reklama niestandardowa i ich tworzenie.	2	1
4	Znak i Komunikacja	3	1
5	UX/UI i psychologia Gestalt w projektowaniu	2	2
6	Psychologia koloru. Teoria koloru.	2	1
7	Budowanie marki	2	2
8	Władza komunikacji, dominujące narracje i kontekst kulturowy	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Sala komputerowa ze specjalistycznym sprzętem wykorzystywanym do projektów multimedialnych.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W01
	W1.2	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W05
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U02
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U03
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02

LITERATURA

Podstawowa

1	Manuel Castells "Władza komunikacji"
2	Robert Cialdini "Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka."
3	Gloria Beck "Zakazana retoryka. Podręcznik manipulacji"

Uzupelniająca

1	Elliot Aronson "Człowiek. Istota społeczna"
2	Daniel L. Everett "Język. Narzędzie kultury"
3	Wojciech Burszta "Asteriks w Disneylandzie"

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gamifikacja			Kod przedmiotu	76
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Specjalnościowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	VI		Forma zaliczenia	Egzamin	

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE										STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład			Ćwiczenia							Wykład			Ćwiczenia						
15	E6	2								9	E6	2							
			15	ZO6	2								9	ZO6	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych.
Podstawowa wiedza z zakresu historii sztuki, kultury i literatury.

CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie studentów z podstawami technik gamingowych wykorzystywanych w relacjach społecznych oraz w grach.
Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień tworzenia rozgrywki i narracji w gamedevie.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Posiada rozległą wiedzę z zakresu teorii gier.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna zasady projektowania gier wideo.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W3.1	Posiada rozległą wiedzę z zakresu komunikacji i manipulacji informacją.	
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
	U1.1	Potrafi samodzielnie zaplanować rozgrywkę wedle wybranego przez siebie gatunku gier.	
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
	U2.1	Potrafi samodzielnie i w zespole przygotowywać Game design document.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Analizuje i interpretuje złożone rozwiązania z zakresu projektowania gier.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykazuje otwartość na problemy z zakresu projektowania rozgrywki i teorii gier oraz podejmowanie samodzielnych prób ich opracowania.	
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
	K2.1	Jest gotów do oceniania możliwości wykorzystania gier w różnych dziedzinach życia społecznego.	
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
	K3.1	Stosuje podstawowe zasady etyki naukowej w pracy projektowej.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	3
2	Game Design Document - tworzenie dokumentacji growej i zarządzanie projektem (metoda agile i waterfall)	4	2
3	Struktura gry - jak budować gameplay i narrację. Modele gracza.	4	2
4	Tworzenie własnego systemu growego na podstawie wybranego gatunku.	3	2
Ćwiczenia		15	9
1	Wykorzystywanie schematów i mechanizmów znanych z gier poza kontekstem gier, zwłaszcza w różnych działaniach grupowych	4	3
2	Game Design Document - tworzenie dokumentacji growej i zarządzanie projektem (metoda agile i waterfall)	4	2
3	Struktura gry - jak budować gameplay i narrację. Modele gracza.	4	2
4	Tworzenie własnego systemu growego na podstawie wybranego gatunku.	3	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, tablety graficzne, rzutnik, wi-fi, gry, oprogramowanie do tworzenia gier

KRYTERIA OCENY

Wykład

kolokwium z wiedzy teoretycznej;

Ćwiczenia

w zakresie wiedzy praktycznej - przygotowanie scenariusza gry i/lub stworzenie gry

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza Wykład		
W1	W1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W03
W3	W3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W07
		Umiejętności Wykład		
U1	U1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U02
U2	U2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U03
U3	U3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U10
		Kompetencje Wykład		
K1	K1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K08
		Wiedza Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W02
W2	W2.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W03
W3	W3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W07
		Umiejętności Ćwiczenia		
U1	U1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U02

U2	U2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U03
U3	U3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_U10
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K08
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Bateman, Ch. Game writing: Narrative skills for videogames. Charles River Media 2007.					
2	Ernest Adams, Projektowanie gier. Podstawy, Gdańsk: Helion 2017.					
3	P. Kubiński, Gry wideo: zarys poetyki, Kraków: Universitas 2016					
Uzupelniająca						
1	Mirosław Filiciak, Światy z pikseli. Antologia studiów nad grami komputerowymi, Warszawa 2010					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Fotografia w mediach społecznościowych	Kod przedmiotu	77
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład		Ćwiczenia						Wykład		Ćwiczenia							
		30	ZO5	4						18	ZO5	4					

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
ECTS		4		ECTS		4	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Ogólna orientacja w obszarze fotografii.

CEL PRZEDMIOTU

Zajęcia mają na celu nabycia u studentów umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych koniecznych do tworzenia publikacji w nowych mediach.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Wie co to są nośniki informacji i jak działają agencje reklamowe.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Zna zasady wykonywania fotografii na portale społecznościowe, potrzeby social mediów i galerii internetowych.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Wie jak wykonać sesje zdjęciową dla danej marki i w celu zbudowanie dobrego skojarzenia z brandem.	
W4	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W4.1	Zna zasady wykonywania zdjęć dronem i jak wykonać portret biznesowy.	
W5	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W5.1	Wie jak wykonać interaktywne spacery za pomocą fotografii panoramicznej i sferycznej.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi zrobić fotografie dla banków zdjęć i wydawnictw. Oraz na Portale społecznościowe, fotografia na potrzeby social mediów i galerii internetowych.	
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

	U2.1	Potrafi wykonać zdjęcia o charakterze lifestyle'owym z życia firmy lub produktu. Portret biznesowy.	
U3		Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U3.1	Umie zrobić zdjęcia za pomocą dronu. Zdjęcia panoramiczne i sferyczne.	
Kompetencje			
K1		Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.	
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
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.	
K3		Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i prawa autorskiego, oraz poszanowania prywatności osób fotografowanych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Fotografia jako nośnik informacji. Agencje fotograficzne. Fotografowie niezależni. Wielkie wystawy światowe.	3	2
2	Fotografia dla banków zdjęć i wydawnictw.	4	2
3	Fotografia na Portalach społecznościowych, fotografia na potrzeby social mediów, galerii internetowych.	4	3
4	Fotografia na portale internetowe. Sesja zdjęciowa dla danej marki i w celu zbudowania dobrego skojarzenia z brandem.	4	2
5	Zdjęcia o charakterze lifestyle'owym z życia firmy lub produktu.	3	2
6	Fotografia lotnicza (za pomocą dronu).	4	2
7	Portret biznesowy.	4	3
8	Fotografia panoramiczna, sferyczna i interaktywna.	4	2

ŚRODKI 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 bezlusterkowiec, komplet obiektów, głowica panoramiczna, dron,). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie studyjne, modyfikatory oświetlenia, statywy fotograficzne) .

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W01
W2	W2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W02
W3	W3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W03
W4	W4.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_W06
W5	W5.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_W07
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U01
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U02
U3	U3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U10

Kompetencje|Ćwiczenia

K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K01
K2	K2.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	projekt	2	obserwacja studenta	K_K07

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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Zarządzanie w mediach społecznościowych	Kod przedmiotu	78
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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO6	4			18	ZO6	4		

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18
	Razem	30		Razem	18
	ECTS	4		ECTS	4

WYMAGANIA WSTĘPNE

Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu.

CEL PRZEDMIOTU

zapoznanie studentów z zasadami i technikami zarządzania w jednostkach organizacyjnych stricte reklamowych, kształtowanie umiejętności studentów w zakresie stosowania metod i narzędzia zarządzania strategicznego oraz identyfikowania i rozwijania problemów strategicznych oraz podnoszenie kompetencji społecznych studentów przygotowujących do pracy w zespole.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Rozumie znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach i stara się stosować ową wiedzę w praktyce.	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W2.1 Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych zastosowaniem ich w praktyce	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W3.1 Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Znajduję niezbędne informację z różnych źródeł i wykorzystuję w określonym celu.	
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
	U2.1 Redaguje krótkie i długie teksty, które są poprawne pod względem językowym.	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14
	U3.1 Przyjmuję różne role pod względem realizacji określonych zadań.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykorzystuję kreatywne myślenie i działanie do stworzenia i prezentacji danego projektu multimedialnego.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem zarządzania mediami i znajduje praktyczne zastosowanie.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	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	3
2	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	6
3	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 forówfan page'ówprofiliblogów, prawne uwarunkowania wykorzystania treści generowanych przez użytkowników i inne podmioty.	5	3
4	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	5
5	Analiza wykorzystania mediów społecznościowych przez wybrane instytucje organizacje – studia przypadków.	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W01	
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W02	
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		K_W03	
		Umiejętności		Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U09
U3	U3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_U14
		Kompetencje		Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K05
K3	K3.1	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K07

LITERATURA

Podstawowa

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Zarządzanie strategią reklamową	Kod przedmiotu	79
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	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE									
Wykład				Ćwiczenia				Wykład				Ćwiczenia					
		15	ZO3	2							9	ZO3	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
Razem		15		Razem		9	
ECTS		2		ECTS		2	

WYMAGANIA WSTĘPNE

Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu.

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
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
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i reklamowej	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych i stosuje ją w praktyce.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W3.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Wykorzystuje informacje z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia.	
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
	U2.1	Redaguje krótkie ale i też dłuższe teksty/ slogany / hasła reklamowe etc., które są zgodne z zasadami poprawnej polszczyzny.	
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14
	U3.1	Przyjmuje różne role wg potrzeb realizacji zadania.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Wykorzystuje twórcze i kreatywne myślenie oraz działanie do stworzenia projektu multimedialnego.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem danej strategii reklamowej w przedsiębiorstwie i stara się znaleźć praktyczne rozwiązanie.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Istota i geneza zarządzania strategicznego. Wizja i misja oraz cele strategiczne przedsiębiorstw usługowych	2	1
2	Analiza makrootoczenia i mikrootoczenie	3	2
3	Taktyka zarządzania strategiami reklamowymi. Informacje marketingowe.	4	3
4	Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie zarządzania strategią rynkową w praktyce	2	1
5	Analiza wewnętrzna przedsiębiorstwa. Metody analiz portfelowych.	2	1
6	Personel jako integralny instrument zarządzania strategicznego w usługach. Alianse strategiczne	2	1

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS				EFEKT	
Wiedza						
Ćwiczenia						
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W01
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W03
Umiejętności						
Ćwiczenia						
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U01
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U09
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U14
Kompetencje						
Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K07

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupelniająca

- 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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE												
Nazwa przedmiotu (modułu)		Personal branding w mediach społecznościowych							Kod przedmiotu		80	
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		III				Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH												
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia				
		30	ZO3	2				18	ZO3	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH												
STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		30				Ćwiczenia		18		
		Razem		30				Razem		18		
		ECTS		2				ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE												
Student ma wiedzę w zakresie savoir-vivre oraz podstawowe umiejętności w obszarze autorprezentacji.												
CEL PRZEDMIOTU												
Celem zajęć jest nabycie wiedzy, umiejętności społecznych i wiedzy z zakresu kreowania marki osobistej w mediach społecznościowych.												
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU												
KOD	OPIS											EFEKT
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
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i reklamowej										
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
	W2.1	Pogłębia wiedzę na temat nauki o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego w odniesieniu do jego roli w mediach jak i promocji oraz reklamie.										
W3	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.											K_W16
	W3.1	Zna i rozumie znaczenie procesów komunikacji interpersonalnej i społecznej.										
Umiejętności												
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.											K_U01
	U1.1	Wyszukuje informację z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia.										
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
	U2.1	Planuje i realizuje projekty bądź zadania związane ze sferą działalności kulturowej i medialnej, wykorzystując do tego dostępne i znane narzędzia informatyczne.										
Kompetencje												
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.											K_K02

K1	K1.1	W sposób twórczy i kreatywne stara się tworzyć samodzielnie projekty multimedialne/ własna marka etc.	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
	K2.1	Wykorzystuje znajomość różnych mediów, by uczestniczyć w życiu kulturowym i społecznym	
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
	K3.1	Wykorzystuje znaczenie nauk o komunikacji społecznej i medialnej w odniesieniu do wzmocnienia więzi społecznych i przenosi zdobytą wiedzę na projektowanie działań zawodowych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Ćwiczenia		30	18
1	Personal branding - definicja, cechy charakterystyczne	2	1
2	Pola działania w Internecie w zakresie personal branding	2	1
3	Cele i zadania w personal branding	2	1
4	Grupy docelowe	2	1
5	Przykłady skutecznej kariery w ramach personal branding - przykłady	2	1
6	Autoprezentacja w nowych mediach - formy i gatunki	4	2
7	Autoprezentacja w social mediach - warstwa językowa	4	2
8	Autoprezentacja w mediach społecznościowych - komunikacja niewerbalna	4	2
9	Personal branding a nowe technologie medialne	2	1
10	Fikcyjna tożsamość w mediach społecznościowych - szanse i zagrożenia	2	2
11	Personal branding a e-commerce	2	2
12	Zaliczenie - ocen zadania indywidualnego	2	2

ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Dostęp do Internetu na ćwiczeniach.

KRYTERIA OCENY

Ćwiczenia

Ocena zadania indywidualnego przez wykładowce poczynionego przez studenta.

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS			EFEKT	
		Wiedza	Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W01
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W11
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W16
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_U03
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K03
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K08

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 Kobylński ; tł. 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.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Planowanie kampanii reklamowej – projekt medialny I	Kod przedmiotu	81
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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia						
		15	ZO5	2				9	ZO5	2				

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9
	Razem	15		Razem	9
	ECTS	2		ECTS	2

WYMAGANIA WSTĘPNE

Zna podstawowe strategie reklamowe i elementy marketingu mix.

CEL PRZEDMIOTU

Przedstawienie teorii, terminologii i koncepcji dotyczących planowania oraz realizacji kampanii reklamowych oraz technikami odgrywającymi kluczowe znaczenie w realizacji kampaniach reklamowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i reklamowej	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W2.1 Wykorzystuję wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce	
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
	W3.1 Rozumie znaczenie mediów i ich ewaluacji w relacjach pomiędzy instytucjami w ujęciu globalnym.	

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
	U1.1 Samodzielnie projektuje jak i wykonuje zadania związane z działalnością medialną, promocyjną i reklamową, wykorzystując narzędzia informatyczne.	
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
	U2.1 Używa specjalistycznego języka w procesach komunikowania się w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej.	

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		
	U3.1	Analizuję oraz diagnozuję potrzeby odbiorców medialnych do podwyższenia jakości usług np. reklamowych.				
Kompetencje						
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.			K_K02		
	K1.1	Rozumie znaczenie twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania w ramach tworzenia projektów reklamowych.				
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05		
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.				
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07		
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z zawodem i znajduje praktyczne rozwiązania.				
TREŚCI KSZTAŁCENIA						
TEMAT			15	9		
Ćwiczenia			15	9		
1	Historia i filozofia kampanii reklamowych – od fenickiego straganu do Burger Kinga. Różnice międzykulturowe i trendy w kampaniach reklamowych			5	3	
2	Metody i techniki twórczego myślenia w procesie powstawania reklam			3	2	
3	Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - omówienie zagadnień podstawowych			3	2	
4	Planowanie kampanii reklamowej			4	2	
ŚRODKI DYDAKTYCZNE						
Komputery, rzutnik multimedialny, ksera ćwiczeń do tworzenia briefów, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.						
KRYTERIA OCENY						
Ćwiczenia						
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.						
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ						
KOD	OPIS			EFEKT		
	Wiedza		Ćwiczenia			
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W01
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_W04
	Umiejętności		Ćwiczenia			
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U03
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U08
U3	U3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_U12
	Kompetencje		Ćwiczenia			
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	K_K07
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.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Planowanie kampanii reklamowej – projekt medialny II	Kod przedmiotu	82
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	VI	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
		30	ZO6	4				18	ZO6	4	

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
	Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18
	Razem	30		Razem	18
	ECTS	4		ECTS	4

WYMAGANIA WSTĘPNE

Zna podstawowe strategie reklamowe i elementy marketingu mix, zarządzania strategią reklamową i social media.

CEL PRZEDMIOTU

Przedstawienie teorii, terminologii i koncepcji dotyczących planowania oraz realizacji kampanii reklamowych oraz technikami odgrywającymi kluczowe znaczenie w realizacji kampaniach reklamowych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
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
	W1.1 Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i reklamowej	
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W2.1 Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
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
	W3.1 Rozumie znaczenie mediów i ich ewaluacji w skali globalnej.	
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
	U1.1 Planuję i realizuję projekty lub zadania związane z działalnością kulturową i medialną, wykorzystując do tego celu narzędzia informatyczne.	
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
	U2.1 Używa specjalistycznego języka i stosuje różne kanały i techniki komunikacyjne w działalności medialnej, promocyjnej i reklamowej oraz biznesowej.	

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	
	U3.1	Analizuje potrzeby odbiorców medialnych i stara się wdrożyć w działalność społeczno-zawodową.						
Kompetencje								
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.						K_K02	
	K1.1	Wykorzystuje kreatywne myślenie i działanie do stworzenia projektu przykładowej kampanii reklamowej						
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.						K_K05	
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnych płaszczyznach.						
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.						K_K07	
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem danej kampanii reklamowej i stara znaleźć praktyczne rozwiązania.						
TREŚCI KSZTAŁCENIA								
TEMAT						30	18	
Ćwiczenia						30	18	
1	Strategie komunikacji marki - omówienie. Proces planowania kampanii w mediach pod względem strategicznym i taktycznym					5	3	
2	Brief reklamowy, mediowy, kreatywny - tworzenie wybranego briefu na przykładzie wybranej jednostki organizacyjnej					15	9	
3	Zarządzanie informacją w procesie realizacji kampanii reklamowej					5	3	
4	Ocena skuteczności kampanii reklamowej					5	3	
ŚRODKI DYDAKTYCZNE								
Komputery, rzutnik multimedialny, ksera ćwiczeń do tworzenia briefów, studium przypadku i prezentacje multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.								
KRYTERIA OCENY								
Ćwiczenia								
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.								
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ								
KOD	OPIS						EFEKT	
Wiedza Ćwiczenia								
W1	W1.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W01
W2	W2.1	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			K_W04
Umiejętności Ćwiczenia								
U1	U1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_U03
U2	U2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach			K_U08
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach					K_U12
Kompetencje Ćwiczenia								
K1	K1.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K02
K2	K2.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K05
K3	K3.1	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	K_K07
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, wyd. PWN, Warszawa 2007.							

