



**PROGRAM STUDIÓW  
NOWE MEDIA  
I STOPIEŃ  
PROFIL PRAKTYCZNY  
CYKL 2024-2027**

**INSTYTUT HUMANISTYCZNY  
PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH  
W GŁOGOWIE**

## SPIS TREŚCI

<b>CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW .....</b>	<b>3</b>
<b>CELE KSZTAŁCENIA – SYLWETKA ABSOLWENTA .....</b>	<b>4</b>
<b>Sylwetka absolwenta specjalności .....</b>	<b>4</b>
<b>public relations, Social Media i reklama .....</b>	<b>4</b>
<b>Sylwetka absolwenta specjalności MULTIMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE .....</b>	<b>4</b>
<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ NA KIERUNKU NOWE MEDIA - STUDIA PIERWSZEGO STOPNIA – PROFIL PRAKTYCZNY.....</b>	<b>5</b>
<b>PROGRAM STUDIÓW .....</b>	<b>11</b>
<b>Liczba semestrów .....</b>	<b>11</b>
<b>Liczba punktów ECTS .....</b>	<b>11</b>
<b>konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia.....</b>	<b>11</b>
<b>Wymiar, zasady i forma odbywania .....</b>	<b>12</b>
<b>praktyk zawodowych .....</b>	<b>12</b>
<b>Moduły kształcenia.....</b>	<b>13</b>
<b>Przedmioty do wyboru .....</b>	<b>14</b>
Procentowy udział przedmiotów wybieralnych w cyklu kształcenia.....	14
<b>Procentowy udział wykładów .....</b>	<b>15</b>
<b>oraz zajęć praktycznych w cyklu kształcenia.....</b>	<b>15</b>
<b>ZAJĘCIA PROWADZONE Z WYKRZYSTANIEM METOD I TECHNIK KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ.....</b>	<b>17</b>
<b>ZASADY REKRUTACJI.....</b>	<b>17</b>
<b>ZAŁĄCZNIKI .....</b>	<b>17</b>

## CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

<b>NAZWA KIERUNKU STUDIÓW</b>	NOWE MEDIA
<b>SPECJALNOŚCI</b>	1. PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKALMA 2. MULTIMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE
<b>POZIOM KSZTAŁCENIA</b>	I STOPIEŃ
<b>PROFIL KSZTAŁCENIA</b>	PRAKTYCZNY
<b>FORMA STUDIÓW</b>	STACJONARNE
<b>DZIEDZINA NAUKI</b>	DZIEDZINA NAUK SPOŁECZNYCH 90% DZIEDZINA NAUK HUMANISTYCZNYCH 10%
<b>DYSCYPLINY NAUKOWE</b>	NAUKI O KOMUNIKACJI SPOŁECZNEJ I MEDIACH (WIODĄCA) 90% JĘZYKOWZNAWSTWO 10%
<b>TYTUŁ ZAWODOWY UZYSKIWANY PRZEZ ABSOLWENTA</b>	LICENCJAT

## CELE KSZTAŁCENIA – SYLWETKA ABSOLWENTA

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

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

## SYLWETKA ABSOLWENTA SPECJALNOŚCI

### PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKLAMA

Absolwent kierunku *Nowe media* o specjalności *Public Relations, Social Media i reklama* ma aktualną wiedzę oraz umiejętności praktyczne z zakresu szeroko pojętej komunikacji społecznej i medialnej. Potrafi świadomie, pomysłowo i na wysokim poziomie realizować działania promocyjne na rzecz kreowania wizerunku firmy lub organizacji. Sprawnie porusza się w obszarze mediów społecznościowych, potrafi tworzyć wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji. Zna multimedialne formy przekazu informacji.

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

## SYLWETKA ABSOLWENTA SPECJALNOŚCI MULTIMEDIA I PROJEKTOWANIE GRAFICZNE

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

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

Student zdobywa umiejętność projektowania systemów komunikacji wizualnej i identyfikacji graficznej oraz przygotowania multimedialnych projektów wizualnych.

Specjalność ta wyposaża w praktyczne umiejętności posługiwania się graficznymi programami komputerowymi oraz wiedzę potrzebną do realizacji projektu w różnych mediach komercyjnych.

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

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

Kierunek *Nowe media* należy przede wszystkim do dziedziny nauk społecznych, dziedzina nauk humanistycznych pełni rolę wspierającą i poszerzającą horyzonty.

Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu kształcenia uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomów 6-7 określone w Ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2018 r. poz. 2153).

### Zastosowane symbole:

K (K\_) – kierunkowe efekty uczenia się

W – kategoria wiedzy

U – kategoria umiejętności

K – po podkreślniku (\_K) – kategoria kompetencji społecznych

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

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

### **Tabela odniesień efektów kierunkowych do efektów dziedzin**

<b>WIEDZA: [P6U_W] absolwent zna i rozumie</b>			
K_W01	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W02	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W03	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W04	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.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W05	Ma wiedzę w zakresie zjawisk medialnych, podstaw animacji cyfrowej / podstaw montażu cyfrowego.	P6S_WG	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W06	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	P6S_WG	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W07	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W08	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W09	Zna i rozumie powiązanie studiowanego kierunku z: naukami o kulturze i religii, językoznawstwem, sztuką, naukami socjologicznymi, naukami o	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach

	zarządzaniu i jakości, zorientowane na zastosowania praktyczne.		
K_W10	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.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W11	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.	<b>P6S_WK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W12	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W13	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.	<b>P6S_WK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W14	Zna i rozumie regulacje dotyczące bezpieczeństwa i higieny pracy, w tym w instytucjach związanych z kulturą, mediami, promocją i reklamą.	<b>P6S_WK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W15	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	<b>P6S_WK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W16	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	<b>P6S_WG</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W17	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z	<b>P6S_WK</b>	językoznawstwo

	uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.		
K_W18	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	<b>P6S_WK</b>	językoznawstwo
<b>UMIĘTNOŚCI: [P6U_U] absolwent potrafi</b>			
K_U01	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U02	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.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U03	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.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U04	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.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U05	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.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U06	Potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację projektu w różnych obszarach zawodowych związanych ze studiowanym kierunkiem.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U07	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach



	metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.		
K_U08	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.	<b>P6S_UK</b>	językoznawstwo
K_U09	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.	<b>P6S_UK</b>	językoznawstwo
K_U10	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U11	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U12	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	<b>P6S_UW</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U13	Potrafi się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, rozszerzonym w zakresie specyfiki studiowanego kierunku.	<b>P6S_UK</b>	językoznawstwo
K_U14	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	<b>P6S_UO</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U15	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	<b>P6S_UU</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach

K_U16	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.	<b>P6S_UU</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE [P6U_K] absolwent jest gotów do</b>			
K_K01	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>P6S_KK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K02	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	<b>P6S_KO</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K03	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.	<b>P6S_KO</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K04	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	<b>P6S_KO</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K05	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	<b>P6S_KO</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K06	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	<b>P6S_KK</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K07	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	<b>P6S_KR</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach

K_K08	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.	<b>P6S_KO</b> <b>P6S_KR</b>	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K-KO9	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej	<b>P6S_KK</b>	językoznawstwo

## METODY WERYFIKACJI OPISANYCH KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Metody weryfikacji efektów uczenia się są zgodne z wytycznymi Zarządzenia Rektora Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Głogowie w sprawie wprowadzenia Uczelnianego Systemu Oceny i Doskonalenia Jakości Kształcenia w Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Głogowie.

## PROGRAM STUDIÓW

Przygotowany program studiów dla kierunku kształcenia *Nowe media* jest opisem procesu kształcenia prowadzącego do uzyskania efektów uczenia się. Szczegółowy rozkład zajęć dla całego cyklu kształcenia ilustrują siatki stanowiące załącznik nr 1 do niniejszego programu, a także tabelaryczny układ programu z podziałem na semestry.

## LICZBA SEMESTRÓW

Studia trwają 6 semestrów. Liczba godzin dla studiów stacjonarnych (dla każdej specjalności) wynosi – 2485 tryb stacjonarny, 1843 tryb niestacjonarny.

## LICZBA PUNKTÓW ECTS

## KONIECZNA DO UZYSKANIA KWALIFIKACJI ODPOWIADAJĄCYCH POZIOMOWI KSZTAŁCENIA

	<b>Minimalna liczba punktów ECTS w całym cyklu kształcenia</b>	<b>180</b>	
	<b>Liczba punktów ECTS konieczna do uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi kształcenia</b>	<b>NOWE MEDIA</b>	
<b>1</b>	łącznie liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć:		
<b>a</b>	wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich i studentów	91	51%
<b>b</b>	o charakterze praktycznym, w tym zajęć laboratoryjnych, warsztatowych i projektowych	140	78%
<b>2</b>	minimalną liczbę punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach niezwiązanych z kierunkiem studiów zajęć ogólnouczelnianych lub zajęć na innym kierunku studiów	15	8%
<b>3</b>	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z obszarów nauk humanistycznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS	17	9,5%
<b>4</b>	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z języka obcego	8	4%
<b>5</b>	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z wychowania fizycznego	0	0%
<b>6</b>	liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	30	17%

## WYMIAR, ZASADY I FORMA ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

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

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

Studenci kierunku *Nowe media* odbywają sześciomiesięczną praktykę zawodową w IV semestrze.

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

## MODUŁY KSZTAŁCENIA

Studia realizowane są w następujących modułach:

Nazwa modułu	Ilość godzin stacjonarne	Ilość godzin niestacjonarne	ECTS
<b>Moduł ogólny</b> zawierający 6 przedmiotów ogólnouczelnianych i obowiązkowe szkolenia	140	50	7
<b>Moduł językowy</b> zawierający do wyboru dwa języki: angielski oraz niemiecki	120	72	8
<b>Moduł podstawowy</b> zawierający 5 przedmiotów zgodnych z treściami podstawowymi standardów kształcenia na kierunku <i>Nowe media</i>	120	72	13
<b>Moduł kierunkowy</b> zawierający 20 przedmiotów zgodnych z treściami kierunkowymi standardów kształcenia na kierunku <i>Nowe media</i>	480	288	57
<b>Moduł przygotowania do egzaminu dyplomowego zawierający przedmiot:</b> <i>Przygotowanie do egzaminu dyplomowego</i> , realizowany w szóstym semestrze, przygotowujący studenta do przygotowania portfolio i autoprezentacji oraz do udzielania zwięzłych, logicznie spójnych odpowiedzi na egzaminie dyplomowym	20	14	4
<b>Moduł praktyk zawodowych</b> zawierający sześciomiesięczne praktyki zawodowe realizowane w IV semestrze	960	960	30
<b>Moduł warsztatowy</b> zawierający 11 przedmiotów, których treści kształcenia obejmują dwie specjalności: <i>Public Relations, Social Media i reklama</i> oraz <i>Multimedia i projektowanie graficzne</i>	330	198	26

<b>Moduł specjalnościowy</b> zawierający <b>12</b> przedmiotów, których treści kształcenia obejmują dwie specjalności: <i>Public Relations, Social Media i reklama</i> , a także: <i>Multimedia i projektowanie graficzne</i>	<b>315</b>	<b>189</b>	<b>35</b>
<b>Razem</b>	<b>2485</b>	<b>1843</b>	<b>180</b>

## PRZEDMIOTY DO WYBORU

Program studiów umożliwia studentowi wybór przedmiotów kształcenia, do których przypisuje się punkty **ECTS w wymiarze 73 punktów, co stanowi 40% ogólnej liczby ECTS.**

### Procentowy udział przedmiotów wybieralnych w cyklu kształcenia

Przedmioty wybieralne w podziale na moduły kształcenia	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne	
	Liczba godzin	Liczba godzin	Liczba ECTS
<b>Język obcy</b>	<b>120</b>	<b>72</b>	<b>8</b>
Język angielski / Język niemiecki			
<b>Przedmioty specjalnościowe:</b>	<b>315</b>	<b>186</b>	<b>35</b>
<b>Multimedia i projektowanie graficzne</b>			
Projektowanie graficzne I warsztaty grafiki wektorowej			
Projektowanie graficzne II warsztaty grafiki rastrowej			
Grafika intermedialna			
Cyfrowa obróbka audio-video			
Montaż video w mediach społecznościowych			
Podstawy animacji i modelowania 3D I, II			
Fotografia prasowa i użytkowa			
Fotografia artystyczna			
Visual merchandising			
Gamifikacja			
Film promocyjny - projekt medialny I, II			
Projektowanie graficzne I warsztaty grafiki wektorowej			

<b>Albo: Public Relations, Social Media i reklama</b>			
Public Relations w Internecie			
Reklama internetowa			
Reklama telewizyjna			
Reklama radiowa			
Influence w mediach społecznościowych			
Projekty multimedialne w mediach społecznościowych			
Gamifikacja			
Fotografia w mediach społecznościowych			
Zarządzanie w mediach społecznościowych			
Zarządzanie strategią reklamową			
Personal branding w mediach społecznościowych			
Planowanie kampanii reklamowej – projekt medialny I, II			
<b>Praktyka zawodowa IV semestr</b>	<b>960</b>	<b>960</b>	<b>30</b>
<b>Suma punktów ECTS</b>			<b>73</b>

## PROCENTOWY UDZIAŁ WYKŁADÓW

## ORAZ ZAJĘĆ PRAKTYCZNYCH W CYKLU KSZTAŁCENIA

Profil praktyczny kierunku wymaga, aby zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem do zawodu miały przypisane więcej niż 50% ECTS. W załączonym programie stanowią one 77% punktów ECTS, a 76% wymiaru godzinowego. Pełne zestawienie wymiaru godzinowego zajęć praktycznych obrazuje poniższa tabela.

## Studia stacjonarne

	Wszystkie przedmioty		Przedmioty wspólne dla kierunku		Przedmioty specjalnościowe: Public Relations, Social Media i reklama		Przedmioty specjalnościowe: Multimedia i projektowanie graficzne	
	godz.	%	godz.	% do całości	godz.	% do całości	godz.	% do całości
Wykłady	340	22%	310	26%	30	10%	30	10%
Zajęcia praktyczne (ćwiczenia, warsztaty)	1185	78%	900	74%	285	90%	285	90%
Razem	1525	100%	1210	100%	315	100%	315	100%
Punkty ECTS	180		145		35		35	

## Studia niestacjonarne

	Wszystkie przedmioty		Przedmioty wspólne dla kierunku		Przedmioty specjalnościowe: Public Relations, Social Media i reklama		Przedmioty specjalnościowe: Multimedia i projektowanie graficzne	
	godz.	%	godz.	% do całości	godz.	% do całości	godz.	% do całości
Wykłady	208	24%	190	27%	18	10%	18	10%
Zajęcia praktyczne (ćwiczenia, warsztaty)	675	76%	504	73%	171	90%	171	90%
Razem	883	100%	694	100%	189	100%	189	100%
Punkty ECTS	180		145		35		35	



## ZAJĘCIA PROWADZONE Z WYKRZYSTANIEM METOD I TECHNIK KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ

Na cykl 2024-2027 została wprowadzona forma wykład / e-wykład – co oznacza, że możliwe jest prowadzenie wykładów z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość. Zasady prowadzenia e-wykładów określa „Regulamin prowadzenia zajęć z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość”, natomiast listę wykładów objętych tą formą wprowadza odrębnym zarządzeniem Dyrektor Instytutu.

## ZASADY REKRUTACJI

Wymagania i zasady rekrutacji na kierunku kształcenia *Nowe media* są zgodne z Uchwałą Senatu Państwowej Akademii Nauk Stosowanych w Głogowie określającą warunki i tryb rekrutacji na studia na określony rok akademicki.

## ZAŁĄCZNIKI

1. Plan studiów na cykl 2024-2027 dla kierunku *Nowe media*, specjalności: *Public Relations, Social Media i reklama*, a także *Multimedia i projektowanie graficzne*.
2. Sylabusy na cykl 2024-2027 dla kierunku *Nowe media*, specjalności: *Public Relations, Social Media i reklama*, a także *Multimedia i projektowanie graficzne*.
3. *Social Media i reklama*, a także *Multimedia i projektowanie graficzne*.