



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

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

SPIS TREŚCI

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

CHARAKTERYSTYKA KIERUNKU STUDIÓW

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

CELE KSZTAŁCENIA – SYLWETKA ABSOLWENTA

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

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

SYLWETKA ABSOLWENTA SPECJALNOŚCI

PUBLIC RELATIONS, SOCIAL MEDIA I REKLAMA

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

WIEDZA: [P6U_W] absolwent zna i rozumie			
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.	P6S_WG	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.	P6S_WG	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W03	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	P6S_WG	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.	P6S_WG	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.	P6S_WG	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W08	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	P6S_WG	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	P6S_WG	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.	P6S_WG	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.	P6S_WK	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W12	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	P6S_WG	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.	P6S_WK	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.	P6S_WK	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_W15	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	P6S_WK	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.	P6S_WG	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	P6S_WK	językoznawstwo

	uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.		
K_W18	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	P6S_WK	językoznawstwo
UMIĘTNOŚCI: [P6U_U] absolwent potrafi			
K_U01	Potrafi odnaleźć požądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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	P6S_UW	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.	P6S_UK	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.	P6S_UK	językoznawstwo
K_U10	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UW	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.	P6S_UK	językoznawstwo
K_U14	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	P6S_UO	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_U15	Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	P6S_UU	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.	P6S_UU	nauki o komunikacji społecznej i mediach
KOMPETENCJE SPOŁECZNE [P6U_K] absolwent jest gotów do			
K_K01	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	P6S_KK	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K02	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	P6S_KO	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.	P6S_KO	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K04	Jest gotowy do przyjęcia odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy.	P6S_KO	nauki o komunikacji społecznej i mediach
K_K05	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	P6S_KO	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.	P6S_KK	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.	P6S_KR	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.	P6S_KO P6S_KR	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	P6S_KK	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

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

WYMIAR, ZASADY I FORMA ODBYWANIA PRAKTYK ZAWODOWYCH

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

Studia w Państwowej 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
Moduł ogólny zawierający 6 przedmiotów ogólnouczelnianych i obowiązkowe szkolenia	140	50	7
Moduł językowy zawierający do wyboru dwa języki: angielski oraz niemiecki	120	72	8
Moduł podstawowy zawierający 5 przedmiotów zgodnych z treściami podstawowymi standardów kształcenia na kierunku <i>Nowe media</i>	120	72	13
Moduł kierunkowy zawierający 20 przedmiotów zgodnych z treściami kierunkowymi standardów kształcenia na kierunku <i>Nowe media</i>	480	288	57
Moduł przygotowania do egzaminu dyplomowego zawierający przedmiot: <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
Moduł praktyk zawodowych zawierający sześciomiesięczne praktyki zawodowe realizowane w IV semestrze	960	960	30
Moduł warsztatowy 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

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

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
Język obcy	120	72	8
Język angielski / Język niemiecki			
Przedmioty specjalnościowe:	315	186	35
Multimedia i projektowanie graficzne			
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			

Albo: Public Relations, Social Media i reklama			
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			
Praktyka zawodowa IV semestr	960	960	30
Suma punktów ECTS			73

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*.