

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Teoria komunikacji medialnej i społecznej		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	30	Wykład	18
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
<b>Razem</b>	<b>100</b>	<b>Razem</b>	<b>100</b>
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
Celem wykładów jest zapoznanie studentów z teoriami komunikacji medialnej i społecznej			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
Umiejętności			
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

Sugerowana w sylabusie literatura przedmiotu.

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Egzamin ustny

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	<b>Komunikacja wizualna</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>nowe media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>I</b>	Forma zaliczenia	<b>Egzamin</b>

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
<b>Razem</b>	<b>100</b>	<b>Razem</b>	<b>100</b>
ECTS	4	ECTS	4

CEL PRZEDMIOTU

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

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
W3	Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
Umiejętności		
U1	Potrąfi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
U2	Potrąfi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
U3	Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.	
Kompetencje społeczne		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupelniajaca**

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



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	<b>ANTROPOLOGIA KULTURY MEDIÓW</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe Media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>V</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie</b>

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

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

CEL PRZEDMIOTU

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

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu filozofii i socjologii.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
<b>W1</b>	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	<b>K_W01</b>
<b>W2</b>	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	<b>K_W07</b>
<b>W3</b>	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.	<b>K_W09</b>
Umiejętności		
<b>U1</b>	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	<b>K_U01</b>
<b>U2</b>	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	<b>K_U10</b>
<b>U3</b>	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	<b>K_U12</b>
Kompetencje społeczne		
<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>K_K01</b>
<b>K2</b>	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>K_K06</b>
<b>K3</b>	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	<b>K_K07</b>

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Historia mediów</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe media</b>	Specjalność	<b>Nie dotyczy</b>
Moduł kształcenia	<b>Kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>I</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	<b>15</b>	Wykład	<b>9</b>
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	15	Praca własna studenta	21
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>30</b>
ECTS	<b>1</b>	ECTS	<b>1</b>
CEL PRZEDMIOTU			
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych w obszarze historii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu rozwoju prasy, radia, telewizji i Internetu w procesie historycznym. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu historii mediów.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
<b>W1</b>	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	<b>K_W02</b>	
<b>W2</b>	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<b>K_W03</b>	
<b>W3</b>	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>K_W04</b>	
Umiejętności			
<b>U1</b>	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	<b>K_U01</b>	
<b>U2</b>	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>K_U02</b>	
<b>U3</b>	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	<b>K_U10</b>	
Kompetencje społeczne			
<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>K_K01</b>	
<b>K2</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	<b>K_K05</b>	
<b>K3</b>	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>K_K08</b>	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Kolokwium pisemne.

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>KULTURA JĘZYKA W MEDIACH</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>I stopień</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>nowe media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>II</b>	Forma zaliczenia	<b>Egzamin</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>30</b>	Ćwiczenia	<b>18</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
<b>Razem</b>	<b>75</b>	<b>Razem</b>	<b>75</b>
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest dostarczenie wiedzy z zakresu terminologii i literatury dotyczącej kultury języka polskiego w mediach, a także z zakresu językoznawstwa noramtywnego; wyszkolenie umiejętności poprawnego używania polszczyzny w zależności od stylu wypowiedzi oraz uświadomienie wagi kultury języka w tworzeniu treści medialnych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Znajomość języka polskiego (gramatyki i stylistyki) na poziomie szkoły średniej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
<b>W1</b>	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		<b>K_W01</b>
<b>W2</b>	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.		<b>K_W17</b>
<b>W3</b>	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.		<b>K_W18</b>
Umiejętności			
<b>U1</b>	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		<b>K_U01</b>
<b>U2</b>	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>K_U09</b>
<b>U3</b>	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		<b>K_U10</b>
Kompetencje społeczne			
<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		<b>K_K01</b>
<b>K2</b>	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>K_K06</b>
<b>K3</b>	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>K_K09</b>

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupelniajaca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Analiza zawartości nowych mediów		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	Multimedia i projektowanie graficzne
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_W01	
W2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_W11	
W3	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U03	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U3	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U07	

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

#### TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

##### STUDIA STACJONARNE

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

##### STUDIA NIESTACJONARNE

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

#### NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

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

#### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

#### LITERATURA

##### Podstawowa

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

##### Uzupełniająca

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



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Metody badań medjoznawczych		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie istoty metod badań medjoznawczych.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Student ma podstawową wiedzę w zakresie mediów, w tym nowych mediów.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12	
Umiejętności			
U1	Potrąfi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U2	Potrąfi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04	
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

Wskazna literatura przedmiotu.

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Ustne zaliczenie na ocenę.

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	<b>CYBERZAGROŻENIA W NOWYCH MEDIACH</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	nowe media	Specjalność	
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	10	Praca własna studenta	16
<b>Razem</b>	<b>25</b>	<b>Razem</b>	<b>25</b>
ECTS	1	ECTS	1

CEL PRZEDMIOTU

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

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Podstawy wiedzy społecznej

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza

W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W2	Zna i rozumie powiązanie studiowanego kierunku z: naukami o kulturze i religii, językoznawstwem, sztuką, naukami socjologicznymi, naukami o zarządzaniu i jakości, zorientowane na zastosowania praktyczne.	K_W09
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11

Umiejętności

U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_U11
U3	Potrafi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medioznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.	K_U16

Kompetencje społeczne

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06

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

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Aktywność, kolokwium z wiedzy.

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Gatunki internetowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
<b>Razem</b>	<b>75</b>	<b>Razem</b>	<b>75</b>
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie z podstawowymi gatunkami internetowymi: czat, blog, strona www, e-mail, SMS. Zaznajomienie z wybranymi koncepcjami dotyczącymi komunikowania w Internecie. Kształtowanie wiedzy na temat przebiegu i cech specyficznych komunikowania za pośrednictwem Internetu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
Umiejętności			
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
U2	Potrafi 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	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

<b>STUDIA STACJONARNE</b>			
<b>Temat</b>	<b>Liczba godzin</b>		
	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>L/P</b>
Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.	2		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego. Poziom pisowni, ortografii i interpunkcji. Poziom leksykalny i składniowy (leksyka internetowa, zapożyczenia, słowotwórstwo w słownictwie internetowym (przedrostki i akronimy))	2		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego	2		
Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	2		
Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów	2		
Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	2		
Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku	2		
SMS - wyznaczniki gatunku	1	2	
Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania		5	
Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady		2	
Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów		4	
Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo		1	
Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych		1	
<b>RAZEM</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>
<b>STUDIA NIESTACJONARNE</b>			
<b>Temat</b>	<b>Liczba godzin</b>		
	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>L/P</b>
Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.	2		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego. Poziom pisowni, ortografii i interpunkcji. Poziom leksykalny i składniowy (leksyka internetowa, zapożyczenia, słowotwórstwo w słownictwie internetowym (przedrostki i akronimy))	1		
Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego	1		
Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	1		
Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów	1		
Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku	1		
Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku	1		
SMS - wyznaczniki gatunku	1		
Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania		1	
Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady		4	
Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów		1	
Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo		2	
Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych		1	
<b>RAZEM</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>0</b>
<b>NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE</b>			
Komputer, smartfon, tablet, wi-fi, oprogramowanie Canva, darmowe banki zdjęć Formy przekazu: wykład, dyskusja, prezentacja, film.			
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>			
Aktywność, kolokwium pisemne z wiedzy teoretycznej; w ramach zaliczenia praktyki - projekt internetowy: utworzenie serii postów na wybrany temat i dla określonej branży lub utworzenie bloga / vloga, lub stworzenie newslettera.			
<b>LITERATURA</b>			
<b>Podstawowa</b>			
1	J. Grzenia, Komunikacja językowa w Internecie, Wydawnictwo Naukowe PWN 2012.		
2	K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, Internetowe gatunki dziennikarskie, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne 2010		
3			
<b>Uzupełniająca</b>			
1	Z. Bauer i E. Chudziński (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.		
2	L. Olszański, Media i dziennikarstwo internetowe, Wydawnictwo Poltext 2012.		
3	J. Podracki, E. Wolańska, Język w mediach elektronicznych, Warszawa 2008.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOTCIE			
Nazwa przedmiotu	GATUNKI PRASOWE		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot <b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	STUDIA I STOPNIA	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	NOWE MEDIA	Specjalność	NIE DOTYCZY
Moduł kształcenia	KIERUNKOWY	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
<b>Razem</b>	<b>75</b>	<b>Razem</b>	<b>75</b>
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
Celem zajęć jest zapoznanie studentów z wyznacznikami najważniejszych gatunków informacyjnych i publicystycznych (w dziennikarstwie prasowym). Spośród gatunków informacyjnych najwięcej uwagi poświęci się informacji prostej i informacji złożonej oraz sprawozdaniu i relacji. W przypadku gatunków publicystycznych będą to komentarz, felieton, artykuł publicystyczny, różne rodzaje reportaży, wywiad, esej i recenzja.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim, umiejętność selekcji materiału, znajomość podstawowych zasad poprawności językowej.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować ją, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrąfi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.	K_K09	
TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)			
STUDIA STACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego. Język wypowiedzi w prasie: słownictwo, kolokwializacja, wulgaryzmy, odmiany językowe w prasie. Błędy językowe.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.	2		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers, sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.	2		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, życiorys, nekrolog/wspomnienie.	2		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.	2		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.	2		
Ćwiczenia w sposobach wzbogacania tekstu prasowego. Gatunki prasowe a język: jak unikać najpoważniejszych błędów składniowych, fleksyjnych i interpunkcyjnych? Ćwiczenia w tytułowaniu tekstów. Składniki komunikatu prasowego.		2	
Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lądów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.		5	
Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		4	
Esaj - wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
<b>RAZEM</b>	<b>15</b>	<b>15</b>	<b>0</b>

STUDIA NIESTACJONARNE			
Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego. Język wypowiedzi w prasie: słownictwo, kolokwializacja, wulgaryzmy, odmiany językowe w prasie. Błędy językowe.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.	1		
Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers, sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.	1		
Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, zyciorys, nekrolog/wspomnienie.	1		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.	1		
Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.	2		
Ćwiczenia w sposobach wzbogacania tekstu prasowego. Gatunki prasowe a język: jak unikać najpoważniejszych błędów składniowych, fleksyjnych i interpunkcyjnych? Ćwiczenia w tytułowaniu tekstów. Składniki komunikatu prasowego.		1	
Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lidów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.		3	
Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		1	
Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
Esej – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.		2	
<b>RAZEM</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>0</b>
<b>NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE</b>			
Przykładowe teksty z dziennikarstwa prasowego. Prezentacje multimedialne.			
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>			
Pisemne kolokwium zaliczeniowe, obejmujące weryfikację znajomości wyznaczników gatunków prasowych i umiejętności pisania tekstu mieszczącego się w konkretnym gatunku prasowym.			
<b>LITERATURA</b>			
<b>Podstawowa</b>			
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.		
<b>Uzupełniająca</b>			
1	T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2005.		
2	B. Hennessy, Dziennikarstwo publicystyczne, przeł. A. Sadza, Kraków 2009.		



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Gatunki radiowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Przekazanie wiedzy na temat publicystycznych gatunków radiowych. Wykształcenie umiejętności przekonującego mówienia i właściwej prezentacji przed mikrofonem. Na zajęciach charakteryzowane są gatunki publicystyczne, przedstawiana jest też historia i współczesność polskiej publicystyki radiowej. Omawiane są też związki retoryki z publicystyką. Studenci uczą się jasno, precyzyjnie i przekonująco wyrażać swoje zdanie na forum publicznym. Mają również okazję poznać warsztat pracy publicysty radiowego.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U3	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

<b>STUDIA STACJONARNE</b>			
<b>Temat</b>	<b>Liczba godzin</b>		
	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>L /P</b>
Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.		2	
Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaż, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.		2	
Słuchowisko a inne gatunki radiowe. Środki wyrazu. Proces powstawania. Słuchowiskaw Polsce. Przykłady słuchowisk ciągłych. Autorzy oryginalnych słuchowisk Teatru Polskiego Radia. Słuchowiska Teatru Polskiego Radia wydane drukiem.		2	
Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.		2	
Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.		2	
Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.		2	
Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.		3	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>
<b>STUDIA NIESTACJONARNE</b>			
<b>Temat</b>	<b>Liczba godzin</b>		
	<b>W</b>	<b>C</b>	<b>L /P</b>
Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.		2	
Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaż, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.		1	
Słuchowisko a inne gatunki radiowe. Środki wyrazu. Proces powstawania. Słuchowiskaw Polsce. Przykłady słuchowisk ciągłych. Autorzy oryginalnych słuchowisk Teatru Polskiego Radia. Słuchowiska Teatru Polskiego Radia wydane drukiem.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.		1	
Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.		1	
Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.		2	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>
<b>NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE</b>			
komputer, rzutnik, wi-fi, program do montażu materiałów audio, dyktafon, sala z wygłuszonymi ścianami.			
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>			
Kolokwium pisemne lub ustne z wiedzy teoretycznej. Weryfikacja wiedzy praktycznej: wybór jednego z gatunku i nagranie materiału adekwatnego do stylistyki tego gatunku.			
<b>LITERATURA</b>			
<b>Podstawowa</b>			
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.		
<b>Uzupelniajaca</b>			
1	Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000.		
2	Belczyński J., Radio jako obiekt zarządzania, Kraków 2005.		

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Gatunki telewizyjne		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	III	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Przekazanie wiedzy na temat informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych. Historia i współczesność polskiej publicystyki telewizyjnej. Związki retoryki z publicystyką.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza ogólna o języku polskim oraz telewizji			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08	
Umiejętności			
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07	
U2	Potrafi prowadzić działania i analizy społeczne niezbędne do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów oraz oceny jakości usług związanych z działalnością społeczno-zawodową.	K_U12	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02	
K3	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

1	30 najważniejszych programów TV w Polsce, red. W. Godzic, Warszawa 2005.
2	A. Boyd, P. Stewart, R. Alexander, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, przeł. A. Sadza, Kraków 2011.
3	H. Jenkins, Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, przeł. M. Bernatowicz, M. Filiciak, Warszawa 2007.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Podstawy fotografii I</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe Media</b>	Specjalność	<b>Nie dotyczy</b>
Moduł kształcenia	<b>Kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>1</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>15</b>	Ćwiczenia	<b>9</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	<b>2</b>	ECTS	<b>2</b>
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.	K_W06	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Podstawy fotografii II</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe Media</b>	Specjalność	<b>Nie dotyczy</b>
Moduł kształcenia	<b>Kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>2</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>15</b>	Ćwiczenia	<b>9</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	<b>2</b>	ECTS	<b>2</b>
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabywanie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Wiedza nabyta w pierwszym semestrze Podstaw fotografii			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
U3	Potrąfi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Podstawy edytorstwa</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>nowe media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>II</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	<b>15</b>	Wykład	<b>9</b>
Ćwiczenia	<b>15</b>	Ćwiczenia	<b>9</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
<b>Razem</b>	<b>75</b>	<b>Razem</b>	<b>75</b>
<b>ECTS</b>	<b>3</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
CEL PRZEDMIOTU			
Celem przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną z zakresu terminologii edytorskiej i typograficznej, w znajomość zasad przygotowywania publikacji w zależności od jej przeznaczenia, a także w umiejętność odpowiedniego formatowania tekstu i obrazu.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowa znajomość oprogramowania Office.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
<b>W1</b>	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	<b>K_W01</b>	
<b>W2</b>	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<b>K_W03</b>	
<b>W3</b>	Zna i rozumie terminologię z zakresu edytorstwa i typografii.		
Umiejętności			
<b>U1</b>	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>K_U03</b>	
<b>U2</b>	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>K_U08</b>	
<b>U3</b>	Potrafi rozróżniać style edytorskie w zależności od przeznaczenia publikacji. Potrafi zaprojektować krój czcionek, układ tekstu, okładkę.		

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

#### TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

##### STUDIA STACJONARNE

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

##### STUDIA NIESTACJONARNE

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

#### NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

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

#### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

#### LITERATURA

##### Podstawowa

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

##### 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.

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Media społecznościowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
<b>Razem</b>	<b>100</b>	<b>Razem</b>	<b>100</b>
ECTS	4	ECTS	4
CEL PRZEDMIOTU			
<p>Poznanie głównych problemów teoretycznych na obszarze refleksji o Internecie i mediach społecznościowych. Wyposażenie studentów w wiedzę o Internecie, blogach, facebooku, YouTube, Second Life, mediach alternatywnych i globalnych. Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.</p>			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
<p>Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu wiedzy o mediach.</p>			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
U3	Potrąfi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, na przy tym rozwijać umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
K2	Docenia znaczenie nauki o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Prawo prasowe		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	II	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia		Ćwiczenia	
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami prawa prasowego oraz zastosowaniem tej gałęzi prawa na podstawie ustawy o prawie prasowym, ustawie o radiofonii i telewizji oraz ustawie o dostępie do informacji publicznej. Przedstawienie praw i obowiązków dziennikarzy, m.in. prawa do uzyskania informacji, prawa do uzyskania odpowiedzi na krytykę, obowiązku zachowania szczególnej staranności oraz tajemnicy dziennikarskiej. Wyjaśnienie regulacji prawnych dotyczących znaczenia autoryzacji oraz sprostowania. Student zapozna się z szeroko pojętą organizacją działalności prasowej, radiowej i telewizyjnej. Rozwinie umiejętność posługiwania się językiem prawnym i prawniczym, m.in. w obszarze odpowiedzialności cywilnej i karnej dziennikarzy oraz prasy.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Brak wstępnych wymagań.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03	
W2	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.	K_W13	
W3	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	K_W15	
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
U3	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	K_U05	
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Copywriting I</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe Media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>I</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>15</b>	Ćwiczenia	<b>9</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	<b>2</b>	ECTS	<b>2</b>
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym fachem copywritera			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu jak i kreatywnego pisania			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrąfi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrąfi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrąfi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

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

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	<b>Copywriting II</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot <b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe Media</b>	Specjalność	
Moduł kształcenia	<b>kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>VI</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>15</b>	Ćwiczenia	<b>9</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>15</b>	<b>Razem</b>	<b>9</b>
Praca własna studenta	35	Praca własna studenta	41
<b>Razem</b>	<b>50</b>	<b>Razem</b>	<b>50</b>
ECTS	2	ECTS	2

CEL PRZEDMIOTU

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

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

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

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)****STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Teoria reklamy, rodzaje reklam, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych		3	
Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych. Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.		7	
Pisanie przekonujących reklam. Zakładanie działalności copywriting. Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec		3	
Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów		2	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>

**STUDIA NIESTACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Teoria reklamy, rodzaje reklam, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych		2	
Optymalizacja wyszukiwarek (SEO). Copywriting stron internetowych. Marketing treści i blogowanie. Pisanie biuletynów e-mailowych. Reklama online.		4	
Pisanie przekonujących reklam. Zakładanie działalności copywriting. Marketing się jako niezależny pisarz. Marketing offline. Marketing się online. Początek... a nie koniec		2	
Bezpośrednie kopiowanie poczty. Pisanie do druku. Pisanie komunikatów prasowych. Pisanie do drukowanych biuletynów		1	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA****Podstawowa**

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

**Uzupelniajaca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

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

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
<b>Razem</b>	<b>100</b>	<b>Razem</b>	<b>100</b>
ECTS	4	ECTS	4

CEL PRZEDMIOTU

Celem jest wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu terminologii retorycznej, nauka strategii perswazyjnych, tworzenia wystąpień, umiejętności odpowiedniego doboru argumentów i uświadomienie im wagi słowa wypowiedzianego publicznie.

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI

Znajomość zasad kultury języka.

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Wiedza		
<b>W1</b>	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	<b>K_W01</b>
<b>W2</b>	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawdziwości i zakłóceń.	<b>K_W16</b>
<b>W3</b>	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.	<b>K_W17</b>
Umiejętności		
<b>U1</b>	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	<b>K_U01</b>
<b>U2</b>	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>K_U08</b>
<b>U3</b>	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>K_U09</b>

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

#### TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)

##### STUDIA STACJONARNE

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

##### STUDIA NIESTACJONARNE

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

#### NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE

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

#### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

#### LITERATURA

##### Podstawowa

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

##### Uzupełniająca

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	<b>Arcydzieła kinematografii polskiej i światowej</b>		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot <b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia I stopnia</b>	Profil studiów	<b>Praktyczny</b>
Kierunek studiów	<b>Nowe media</b>	Specjalność	<b>Nie dotyczy</b>
Moduł kształcenia	<b>Kierunkowy</b>	Język wykładowy	<b>Polski</b>
Semestr	<b>VI</b>	Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	<b>30</b>	Ćwiczenia	<b>18</b>
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
<b>Razem</b>	<b>100</b>	<b>Razem</b>	<b>100</b>
<b>ECTS</b>	<b>4</b>	<b>ECTS</b>	<b>4</b>
CEL PRZEDMIOTU			
Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł filmowych i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi dziełami kintematografii polskiej i światowej o szczególnym znaczeniu w kulturze. Wykształcenie umiejętności analizowania oraz interpretowania filmu jako tekstu kultury.			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Podstawowe wiadomości z zakresu języka filmu oraz analizy i interpretacji tekstów kultury.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
<b>W1</b>	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	<b>K_W08</b>	
<b>W2</b>	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.	<b>K_W09</b>	
<b>W3</b>	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	<b>K_W12</b>	
Umiejętności			
<b>U1</b>	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>K_U02</b>	
<b>U2</b>	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	<b>K_U11</b>	
<b>U3</b>	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>K_U16</b>	
Kompetencje społeczne			
<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>K_K01</b>	
<b>K2</b>	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>K_K03</b>	
<b>K3</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	<b>K_K05</b>	

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła filmowego.		2	
Kino nieme i niemiecki ekspresjonizm: <i>Nosferatu - symfonia grozy</i> , reż. Wilhelm Murnau, 1922.		2	
Kino autorskie: <i>Obywatel Kane</i> , reż. Orson Welles, 1941.		2	
Kino mefazyzyczne: <i>Dziewiąta pieczęć</i> , reż. Ingmar Bergman, 1957.		2	
Francuska Nowa Fala: <i>Do utraty tchu</i> , reż. Jean-Luc Godard, 1960.		2	
Włoski neorealizm: <i>Mamma Roma</i> , reż. Pier Paolo Pasolini, 1962.		2	
Kino gatunków: <i>Dziecko Rosemary</i> , reż. Roman Polański, 1968.		2	
Kino nowej wrażliwości: <i>Wszystko o mojej matce</i> , reż. Pedro Almodóvar, 1999.		2	
Polska szkoła filmowa: <i>Kanał</i> , reż. Andrzej Wajda, 1956.		2	
Polska Nowa Fala: <i>Diabeł</i> , reż. Andrzej Żuławski, 1972.		2	
Kino moralnego niepokoju: <i>Coś za coś</i> , reż. Agnieszka Holland, 1977.		2	
Kino wartości: <i>Dekalog VI</i> , reż. Krzysztof Kieślowski, 1988.		2	
Polskie kino gatunków: <i>Psy</i> , reż. Władysław Pasikowski, 1992.		2	
Kino rozrachunkowe: <i>Ida</i> , reż. Paweł Pawlikowski, 2013.		2	
Kolokwium pisemne.		2	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>

**STUDIA NIESTACJONARNE**

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

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Kolokwium pisemne.

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
Nazwa przedmiotu	Marketing w nowych mediach		Kod przedmiotu
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia I stopnia	Profil studiów	Praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	kierunkowy	Język wykładowy	Polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład		Wykład	
Ćwiczenia	30	Ćwiczenia	18
Laboratorium		Laboratorium	
Inna forma (jaka)		Inna forma (jaka)	
<b>Razem</b>	<b>30</b>	<b>Razem</b>	<b>18</b>
Praca własna studenta	45	Praca własna studenta	57
<b>Razem</b>	<b>75</b>	<b>Razem</b>	<b>75</b>
ECTS	3	ECTS	3
CEL PRZEDMIOTU			
zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych			
WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I KOMPETENCJI			
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu. Ale również znajomość podstaw marketingu Umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi			
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU			
Wiedza			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
Umiejętności			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniami.		K_U14
Kompetencje społeczne			
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07

**TREŚCI KSZTAŁCENIA (PROGRAMOWE)**

**STUDIA STACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych		5	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne		10	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce		5	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.		8	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa		2	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>

**STUDIA NIESTACJONARNE**

Temat	Liczba godzin		
	W	C	L/P
Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych		3	
Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT- zadania praktyczne		6	
Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce		3	
Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.		5	
System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa		1	
<b>RAZEM</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>0</b>

**NARZĘDZIA I POMOCE DYDAKTYCZNE**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

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

**LITERATURA**

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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