

**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Teoria komunikacji medialnej i społecznej</b>	Kod przedmiotu	<b>19</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>	
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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>Egzamin</b>

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		30	Wykład		18
<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

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.

**CEL PRZEDMIOTU**

Celem wykładów jest zapoznanie studentów z teoriami komunikacji medialnej i społecznej

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Ma szeroką wiedzę na temat przemian kulturowych i roli komunikacji medialnej w tworzeniu kultury.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna i rozumie terminologię z zakresu teorii komunikacji w kontekście historycznym.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Zna głównych przedstawicieli nauk o komunikacji, którzy określali rolę komunikacji medialnej. Zna modele komunikacyjne i różnice między zmieniającymi się systemami komunikacji - od interpersonalnej do medialnej z czasu Internetu.	

**Umiejętności**

U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U1.1 Potrafi za pomocą uzyskanej wiedzy oceniać zjawiska współczesnej komunikacji medialnej.	
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09
	U2.1 Potrafi omawiać poznawane zjawiska medialne w kontekście kulturowym i historycznym, z wykorzystaniem odpowiedniej literatury.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U3.1 Za pomocą poznanej terminologii potrafi opisywać zjawiska współczesnej komunikacji społecznej.	

<b>Kompetencje</b>					
<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			<b>K_K01</b>	
	<b>K1.1</b>	Ma świadomość tego, jak szeroką dziedziną wiedzy jest komunikacja społeczna i medialna - aby jej używać i ją wdrażać, potrzeba stałego doskonalenia warsztatu.			
<b>K2</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			<b>K_K05</b>	
	<b>K2.1</b>	Na podstawie poznanych faktów i wpływu komunikacji na przemiany kulturowe, ma świadomość tego, jak ważne miejsce zajmuje komunikacja w świecie ludzkich / społecznych relacji. Rozwój technologiczny ukazuje regularne poszerzanie sfer komunikacyjnych.			
<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>	
	<b>K3.1</b>	Ma świadomość tego, że poziom komunikacji przekłada się wprost na poziom relacji społecznych, a także na poziom działań zawodowych.			
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>					
<b>TEMAT</b>				<b>30</b>	<b>18</b>
<b>Wykład</b>				<b>30</b>	<b>18</b>
1	Definicje i podział mediów			4	2
2	Ery komunikacji jako ery kultury			2	2
3	Wykresy komunikacji – od interpersonalnej do medialnej			2	2
4	Postaci komunikacji nowych mediów: Marshall McLuhan, Lev Manovich, Jean Baudrillard			4	2
5	Komunikacja niewerbalna.			2	1
6	Bariery, szумы i zakłócenia w komunikacji. Pojęcie kompetencji i świadomości – językowej i komunikacyjnej			2	1
7	Przedstawiciele teorii komunikacji w aspekcie zmian technologicznych, kulturowych, itp.: Derrick de Kerckhove, Stuart Hall, Vilém Flusser, Paul Virilio			4	2
8	4 maksymy konwersacji wg Paula Grice'a. Kwadrat komunikacji interpersonalnej wg F. Schulza von Thuna			4	2
9	Zasady etykiety, netykiety, etyki językowej.			4	3
10	Komunikacja inkluzywna w mediach i na co dzień			2	1
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>					
Sugerowana w sylabusie literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; materiały w wersji audio, video, pdf, jpg.					
<b>KRYTERIA OCENY</b>					
<b>Wykład</b>					
Egzamin ustny					
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>					
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>			<b>EFEKT</b>	
	<b>Wiedza</b>			<b>Wykład</b>	
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	egzamin	<b>K_W01</b>	
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	egzamin	<b>K_W03</b>	
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	egzamin	<b>K_W07</b>	
	<b>Umiejętności</b>			<b>Wykład</b>	
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	egzamin	<b>K_U02</b>	
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	egzamin	<b>K_U09</b>	
<b>U3</b>	<b>U3.1</b>	1	egzamin	<b>K_U10</b>	
	<b>Kompetencje</b>			<b>Wykład</b>	
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	aktywność na zajęciach	<b>K_K01</b>	
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	aktywność na zajęciach	<b>K_K05</b>	
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	aktywność na zajęciach	<b>K_K08</b>	
<b>LITERATURA</b>					
<b>Podstawowa</b>					
1	Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu/ Tadeusz Goban-Klas -Warszawa: Wydawnictwo PWN, 2005.				
2	Teorie mediów, Dietrich Mersch/Ewa Krauss (przekł.) - Warszawa: Wydawnictwo: Sic!, 2010.				

3	Media i nowoczesność Społeczna teoria mediów/ Thompson John R. - Wrocław, Wydawnictwo: Astrum, 2011.
<b>Uzupełniająca</b>	
1	Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne/ Bogusławy Dobek-Ostrowskiej (red.) - Wrocław: Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, 2001.
2	Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu. Wydanie II / Tomasz Goban-Klas - Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2005.
3	Homo communicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania/ Marian Filipiak. - Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, 2003.

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Komunikacja wizualna</b>			Kod przedmiotu	<b>20</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
<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	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

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

## CEL PRZEDMIOTU

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

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U1.1 Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.	
U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
<b>Kompetencje</b>		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02

	<b>K1.1</b>	Jest gotowy do odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.		
<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>

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

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

### Ćwiczenia

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS			EFEKT
		<b>Wiedza</b>		
		<b>Wykład</b>		
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	egzamin	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	1.	egzamin		<b>K_W16</b>
		<b>Umiejętności</b>		
		<b>Wykład</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	egzamin	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	1.	egzamin		<b>K_U03</b>
		<b>Kompetencje</b>		
		<b>Wykład</b>		
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	obserwacja studenta	<b>K_K02</b>
<b>K2</b>	1.	obserwacja studenta		<b>K_K03</b>
		<b>Wiedza</b>		
		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	egzamin	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	1.	egzamin		<b>K_W16</b>
		<b>Umiejętności</b>		
		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	projekt	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	1.	projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_U03</b>

U2	2.	obserwacja studenta		K_U03		
<b>Kompetencje Ćwiczenia</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta	K_K02
<b>K2</b>	1.	aktywność na zajęciach			K_K03	
	2.	obserwacja studenta				
<b>LITERATURA</b>						
<b>Podstawowa</b>						
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.					
<b>Uzupełniająca</b>						
1	David Dabner, Sandra Stewart, Eric Zempel, Abbie Vickress, Szkoła projektowania graficznego, Warszawa 2018.					

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



## SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

### INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Antropologia kultury mediów</b>	Kod przedmiotu	<b>21</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>	
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

STUDIA STACJONARNE						STUDIA NIESTACJONARNE					
Wykład		Ćwiczenia				Wykład		Ćwiczenia			
15	25	2				9	25	2			

### SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
<b>Razem</b>		<b>15</b>	<b>Razem</b>		<b>9</b>
Praca własna studenta		35	Praca własna studenta		35
<b>Razem</b>		<b>50</b>	<b>Razem</b>		<b>44</b>
<b>ECTS</b>		<b>2</b>	<b>ECTS</b>		<b>2</b>

### WYMAGANIA WSTĘPNE

Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu filozofii i socjologii.

### CEL PRZEDMIOTU

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

### EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej praktyczne zastosowanie w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-kulturowej.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W2.1 Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej specyfikę w społeczeństwie postmodernistycznym.	
W3	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.	K_W11
	W3.1 Zna i rozumie wiedzę o człowieku, jego bytowej strukturze oraz o człowieku jako podmiotowi i twórcy kultury.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi samodzielnie i rzetelnie poszukiwać i weryfikować informacje pozyskane z różnych źródeł. Krytycznie odnosić się do nich.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10
	U2.1 Potrafi posługiwać podstawową terminologią z zakresu filozofii kultury i antropologii. Samodzielnie rozpoznaje zagadnienie i problemy i potrafi je analizować.	

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



PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Historia mediów</b>			Kod przedmiotu	<b>22</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład				Wykład			
		15				9	
<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>	
<b>ECTS</b>		<b>1</b>		<b>ECTS</b>		<b>1</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych w obszarze historii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu rozwoju prasy, radia, telewizji i Internetu w procesie historycznym. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu historii mediów.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju mediów od prehistorii do dzisiaj.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna terminologię związaną z historią mediów.	
W3	Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.		K_W04
	W3.1	Posiada wiedzę w zakresie ewolucji mediów w Polsce i na świecie.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem mediów w aspekcie chronologicznym.	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U2.1	Analizuje procesy historyczne, które zaszły w ewolucji mediów.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U3.1	Posługuje się aparatem pojęciowym związanym z historią mediów.	

**Kompetencje**

<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		<b>K_K01</b>
	<b>K1.1</b>	Dokonuje samokształcenia i poszerzenia wiadomości na podstawie wskazanej w sylabusie literatury uzupełniającej.	
<b>K2</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		<b>K_K05</b>
	<b>K2.1</b>	Rozumie znaczenie mediów w aspekcie lokalnym, regionalnym i globalnym.	
<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>
	<b>K3.1</b>	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

#### TEMAT

**15**

**9**

#### Wykład

**15**

**9**

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

#### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

Kolokwium pisemne / praca semestralna.

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

#### Podstawowa

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

#### Uzupełniająca

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

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Kultura języka w mediach			Kod przedmiotu	23
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Kierunkowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	II		Forma zaliczenia	Egzamin	

## WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
<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>	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

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

## CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest dostarczenie wiedzy z zakresu terminologii i literatury dotyczącej kultury języka polskiego w mediach, a także z zakresu językoznawstwa noramtywnego; wyszkolenie umiejętności poprawnego używania polszczyzny w zależności od stylu wypowiedzi oraz uświadomienie wagi kultury języka w tworzeniu treści medialnych.

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Posiada wiedzę z zakresu kultury języka zorientowaną na zastosowanie praktyczne w działalności kulturalnej i medialnej.	
W2	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17
	W2.1 Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii medialnej.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W3.1 Zna i rozumie terminologię z zakresu kultury języka.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Dokonuje selekcji informacji w różnorodnych źródłach medialnych, poddając je analizie oraz ocenie.	
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09

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

<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	<b>K_K09</b>
<b>LITERATURA</b>								
<b>Podstawowa</b>								
1	T. Karpowicz, <u>Kultura języka polskiego: wymowa, ortografia, interpunkcja</u> , Warszawa 2009.							
2	H. Jadacka, <u>Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia</u> , Warszawa 2008.							
3	D. Zdunkiewicz-Jedynak, <u>Wykłady ze stylistyki</u> , Warszawa 2008.							
<b>Uzupełniająca</b>								
1	J. Podracki, A. Gałązka, <u>Gdzie postawić przecinek. Poradnik ze słownikiem</u> , PWN, Warszawa 2010.							
2	J. Bartmiński (red.), <u>Współczesny język polski</u> , Lublin 2001.							

**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Analiza zawartości nowych mediów</b>			Kod przedmiotu	<b>24</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 z oceną</b>	

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
<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>	
<b>ECTS</b>		<b>2</b>		<b>ECTS</b>		<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.		K_W12
	W1.1	Zna i rozumie aparat badawczy potrzebny do analizy zawartości mediów.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U1.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do analizy zawartości mediów - oceny ich wartości, poziomu przekazu, funkcjonowania.	
U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03
	U2.1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować badanie zawartości mediów i wykorzystać je do działalności kulturalnej i medialnej.	
<b>Kompetencje</b>			
K1	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06
	K1.1	Analiza zawartości mediów dała mu świadomość tego, jak ważna jest etyka (w tym etyka języka) w tworzeniu materiałów medialnych.	
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09

	<b>K2.1</b>	Jest gotowy do stałej dbałości o poziom techniczny i merytoryczny przygotowywanych przez siebie materiałów medialnych.				
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>						
<b>TEMAT</b>				<b>15</b>	<b>9</b>	
<b>Ćwiczenia</b>				<b>15</b>	<b>9</b>	
1	Analiza zawartości a strukturalna analiza treści – po co badać?			2	1	
2	Analiza komunikatów i innych gatunków telewizyjnych pod kątem wywierania wpływu.			2	1	
3	Podstawowe elementy strukturalne przekazu – znaczenie tytułu audycji telewizyjnej.			2	1	
4	Analiza informacyjnych audycji telewizyjnych: jeden temat, różne sposoby interpretacji – osiąganie określonych efektów.			2	1	
5	Analiza pola semantycznego, analiza określeń wartościujących Osgooda, analiza obrazu.			2	1	
6	Telewizyjny program informacyjny (dziennik): rodzaje dzienników, definicja komunikatu, struktura logiczna dziennika, rola prezentera w telewizyjnym programie informacyjnym, elementy „kadru prezentera”, plany filmowe, plany „kadru prezentera”.			2	1	
7	Prezentacja projektów i prezentacji studentów.			3	3	
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>						
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).						
<b>KRYTERIA OCENY</b>						
<b>Ćwiczenia</b>						
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.						
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>						
<b>KOD</b>		<b>OPIS</b>			<b>EFEKT</b>	
		<b>Wiedza</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W12</b>
		<b>Umiejętności</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U03</b>
		<b>Kompetencje</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K06</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K09</b>
<b>LITERATURA</b>						
<b>Podstawowa</b>						
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. - Academica					
3	Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów : przewodnik dla studentów : wersja 1.1, Kraków 2004. - Academica					
<b>Uzupełniająca</b>						
1	I. Hofman (red.), Medialny obraz świata. Tom 1 Zagadnienia teoretyczne, Lublin 2015;					
2	I. Hofman (red.), Medialny obraz świata. Tom 2 Studium przypadku, Lublin 2015.					
3	Cialdini R, Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Warszawa 2021.					

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Metody badań medioznawczych			Kod przedmiotu	25
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Kierunkowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	V		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

## WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład		15	Wykład		9
<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>
<b>ECTS</b>		<b>2</b>	<b>ECTS</b>		<b>2</b>

## WYMAGANIA WSTĘPNE

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

## CEL PRZEDMIOTU

Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie istoty metod badań medioznawczych.

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Zna praktyczne zastosowania metod naukowych w badaniach nad mediami i komunikacją społeczną i medialną.	
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W2.1 Zna systemy badań nad mediami w podziale na poszczególne medium, zna specyfikę i wagę badań medioznawczych.	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12
	W3.1 Zna metody jakościowe i ilościowe w badaniu mediów, wie, czym jest badanie treści i zawartości. Zna metodologię badań medioznawczych w podziale na poszczególne medium.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U1.1 Potrafi wykorzystać poznane metody badań do przeprowadzenia analizy mediów.	
U2	Potrafi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.	K_U04
	U2.1 Potrafi stworzyć scenariusz ankiety, zbudować hipotezę badawczą i dostosować do niej potrzebne narzędzia badawcze.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10



U3	U3.1	Potrafi opisywać zjawiska medialne za pomocą poznanej terminologii z zakresu badań medioznawczych.		K_U10
<b>Kompetencje</b>				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01
	K1.1	Dzięki uzyskanej świadomości tego, jak ważne są badania medioznawcze w ocenie zjawisk medialnych widzi zasadność doskonalenia poznanych metod.		
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05
	K2.1	Widząc, jak szeroką i złożoną nauką jest medioznawstwo, a także widząc wyniki prac medioznawczych, jest gotowy do uznania tego, jak ważna jest umiejętność obiektywnej oceny przekazu medialnego i jak wielki ma to wpływ na kształtowanie więzi społecznych.		
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.			K_K06
	K3.1	Ma świadomość etycznej odpowiedzialności badacza i jest gotowy do rzetelnej, jak najbardziej obiektywnej pracy nad tym, aby tworzony przez niego przekaz medialny był wartościowy i profesjonalny.		
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>				
<b>TEMAT</b>			<b>15</b>	<b>9</b>
<b>Wykład</b>			<b>15</b>	<b>9</b>
1	Naukowy a potoczny obraz świata. Nauka o metodach badań naukowych.		2	1
2	Hipoteza badawcza i sposoby jej zbadania		2	1
3	Metody ilościowe i jakościowe. Prezentacja głównych strategii badań ilościowych i jakościowych		2	2
4	Zasady tworzenia ankiety		3	2
5	Triangulacja w badaniach medioznawczych		2	1
6	Przegląd głównych zastosowań badań medioznawczych w nowych mediach		4	2
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>				
Wskazana literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; badania medioznawcze z oficjalnych stron agencji medioznawczych.				
<b>KRYTERIA OCENY</b>				
<b>Wykład</b>				
Egzamin ustny				
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>				
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>			<b>EFEKT</b>
	<b>Wiedza</b>		<b>Wykład</b>	
W1	W1.1	1	egzamin	K_W01
W2	W2.1	1	egzamin	K_W07
W3	W3.1	1	egzamin	K_W12
	<b>Umiejętności</b>		<b>Wykład</b>	
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach	K_U02
U2	U2.1	1	praca semestralna	K_U04
U3	U3.1	1	egzamin	K_U10
	<b>Kompetencje</b>		<b>Wykład</b>	
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach	K_K06
<b>LITERATURA</b>				
<b>Podstawowa</b>				
1	Taylor L., Medioznawstwo : teksty, instytucje i odbiorcy, Kraków 2006.			
2	Metodologie badań medioznawczych/ Tomasz Gackowski, Warszawa, Wydawnictwo: Aspra, 2014.			
<b>Uzupełniająca</b>				
1	Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu/Tadeusz Goban-Klas, Warszawa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.			



# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Cyberzagrożenia w nowych mediach	Kod przedmiotu	26
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	polski
Semestr	V	Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

## WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE					STUDIA NIESTACJONARNE				
Wykład		15			Wykład		9		
<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>		
<b>ECTS</b>		<b>1</b>			<b>ECTS</b>		<b>1</b>		

## WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawy wiedzy społecznej

## CEL PRZEDMIOTU

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

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Zna i rozumie media - ich zalety, ale i zagrożenia, jakie niosą.	
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębioną w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.		K_W11
	W2.1	Zna i rozumie naukę o człowieku w kontekście cyberzagrożeń.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U1.1	Potrafi wykorzystać tę wiedzę do własnej profilaktyki, a także do etycznego i odpowiedzialnego korzystania ze świata cyfrowego.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.		K_U11
	U2.1	Potrafi posługiwać się terminologią z zakresu cyberzagrożeń.	
<b>Kompetencje</b>			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Ze względu na szybko zmieniającą się technologię widzi sens stałego doskonalenia się w problematyce cyberzagrożeń.	

<b>K2</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			<b>K_K05</b>		
	<b>K2.1</b>	Jest świadomy wpływu technologii cyfrowych na życie pojedynczego człowieka, jak i całych społeczeństw.				
<b>K3</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>K3.1</b>	Jest gotowy do odpowiedzialnej działalności w sferze mediów cyfrowych.				
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>						
<b>TEMAT</b>				<b>15</b>	<b>9</b>	
<b>Wykład</b>				<b>15</b>	<b>9</b>	
1	Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie tematyki i wymagań zaliczeń.			1	1	
2	Geneza Internetu. Przesłanki przemian technologii info-komunikacyjnych.			2	2	
3	Wychowawcze i demoralizujące czynniki związane z Internetem.			2	2	
4	Przemoc wirtualna. Jej skutki i przeciwdziałanie.			2	0	
5	Ciemna strona sieci. Uzależnienia od Internetu.			2	2	
6	Niebezpieczeństwa gier komputerowych. Społeczny odbiór gier i ich znaczenie.			2	0	
7	Patologie w cyberprzestrzeni jako problem społeczny.			2	2	
8	Fonoholizm jako nowe uzależnienie wśród nastolatków.			2	0	
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>						
Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.						
<b>KRYTERIA OCENY</b>						
<b>Wykład</b>						
Aktywność, kolokwium z wiedzy.						
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>						
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>			<b>EFEKT</b>		
		<b>Wiedza</b>	<b>Wykład</b>			
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W11</b>
		<b>Umiejętności</b>		<b>Wykład</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U11</b>
		<b>Kompetencje</b>		<b>Wykład</b>		
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K01</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K05</b>
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K06</b>
<b>LITERATURA</b>						
<b>Podstawowa</b>						
1	Orliński W., Internet : czas się bać, Warszawa 2013. - Academica					
2	Trejderowski T., Kradzież tożsamości: terroryzm informatyczny : cyberprzestępstwa, Internet, telefon, Facebook, Warszawa 2013. - Academica					
3	Społeczeństwo sieci. M. Castells. Warszawa 2012.					
4	Cyberkolonializm, K.Gawkowski. Gliwice 2018.					
<b>Uzupełniająca</b>						
1	Padło K., Cyber-zagrożenia, Wychowawca (Kraków). 1230-3720. 2016, nr 2, s. 18-19. - Academica					
2	Nowe media i wyzwania współczesności. M. Sokołowski. Toruń 2013.					
3	Zrozumieć socjal media. A. Rogowski. Gliwice 2020.					

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



## SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

### INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Gatunki internetowe</b>			Kod przedmiotu	27
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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>Egzamin</b>	

### WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

### SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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>	

### WYMAGANIA WSTĘPNE

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim

### CEL PRZEDMIOTU

Zapoznanie z podstawowymi gatunkami internetowymi: czat, blog, strona www, e-mail, SMS. Zaznajomienie z wybranymi koncepcjami dotyczącymi komunikowania w Internecie. Kształtowanie wiedzy na temat przebiegu i cech specyficznych komunikowania za pośrednictwem Internetu.

### EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Zna historyczny i społeczny dyskurs związany z Internetem. Rozumie praktyczne zastosowanie.	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.		K_W08
	W2.1	Rozpoznaje gatunki internetowe.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.		K_U07
	U1.1	Rozpoznaje i nazywa gatunki internetowe, potrafi je analizować, stosując adekwatne metody.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10
	U2.1	Potrafi stosować adekwatne do komunikacji medialnej słownictwo.	
<b>Kompetencje</b>			
K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K1.1	Ma świadomość oddziaływania mediów.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

<b>TEMAT</b>		<b>30</b>	<b>18</b>	
<b>Wykład</b>		<b>15</b>	<b>9</b>	
1	Internet jako nowe medium, warunki powstania Internetu, specyfika komunikacji za pośrednictwem Internetu.	2	2	
2	Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego. Poziom pisowni, ortografii i interpunkcji. Poziom leksykalny i składniowy (leksyka internetowa, zapożyczenia, słowotwórstwo w słownictwie internetowym (przedrostki i akronimy).	2	1	
3	Cechy językowe i stylowe dyskursu internetowego c.d. Emotikony. Pseudonimy (nicki). Adresy elektroniczne i sygnatury. Netykieta. Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego.	2	1	
4	Czat – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku.	2	1	
5	Blog – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku. Rodzaje blogów.	2	1	
6	Strona www – pragmatyczne, strukturalne i poznawcze wyznaczniki gatunku.	2	1	
7	Poczta elektroniczna – e-mail – wyznaczniki gatunku.	2	1	
8	SMS - wyznaczniki gatunku.	1	1	
<b>Ćwiczenia</b>		<b>15</b>	<b>9</b>	
1	SMS - wyznaczniki gatunku.	2	0	
2	Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania.	5	1	
3	Blogi, vlogi internetowe – analiza, zasady tworzenia, przykłady.	2	4	
4	Mem internetowy jako gatunek wypowiedzi. Tworzenie memów.	4	1	
5	Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego: tekst w sieci, news gorący, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, redakcja na żywo.	1	2	
6	Najważniejsze cechy języka publikacji internetowych.	1	1	
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>				
Komputer, smartfon, tablet, kamera, dyktafon cyfrowy, aparat fotograficzny, mikrofony.				
<b>KRYTERIA OCENY</b>				
<b>Wykład</b>				
Kolokwium.				
<b>Ćwiczenia</b>				
Aktywność, prace praktyczne adekwatne do tematyki zajęć i założonych efektów.				
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>				
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>		<b>EFEKT</b>	
<b>Wiedza</b>		<b>Wykład</b>		
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W02</b>	
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W08</b>	
<b>Umiejętności</b>		<b>Wykład</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_U07</b>	
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 kolokwium	<b>K_U10</b>	
<b>Kompetencje</b>		<b>Wykład</b>		
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_K05</b>	
<b>Wiedza</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_W08</b>
<b>Umiejętności</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_U07</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_U10</b>
<b>Kompetencje</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	<b>K_K05</b>
<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 Prof. 2010.			
<b>Uzupelniająca</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.			

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki prasowe			Kod przedmiotu	28
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia			Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media			Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy			Język wykładowy	polski
Semestr	III			Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

## WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

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

## CEL PRZEDMIOTU

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z wyznacznikami najważniejszych gatunków informacyjnych i publicystycznych (w dziennikarstwie prasowym). Spośród gatunków informacyjnych najwięcej uwagi poświęci się informacji prostej i informacji złożonej oraz sprawozdaniu i relacji. W przypadku gatunków publicystycznych będą to komentarz, felieton, artykuł publicystyczny, różne rodzaje reportaży, wywiad, esej i recenzja.

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W1.1 Zna wyznaczniki terminologiczne z zakresu prasy.	
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W2.1 Rozróżnia gatunki prasowe, potrafi wskazać ich nazwę i wyznaczniki na konkretnych przykładach.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Potrafi wyszukać, przeanalizować, dokonać selekcji, ocenić przydatność i wykorzystać informacje.	
U2	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07
	U2.1 Potrafi rozpoznać, nazwać, zanalizować, zinterpretować i umiejscowić poszczególne gatunki prasowe.	

## Kompetencje

<b>K1</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>
	<b>K1.1</b>	Ma świadomość konieczności dbania o kulturę i etykę wypowiedzi oraz konieczności tworzenia komunikatywnych przekazów.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Pojęcie gatunku i wzorca gatunkowego. Język wypowiedzi w prasie: słownictwo, kolokwializacja, wulgaryzmy, odmiany językowe w prasie. Błędy językowe.	1	1
2	Cechy informacyjnych gatunków prasowych: informacja prosta i rozwinięta, wzmianka, notatka, infografia, infografika, zapowiedź.	2	1
3	Cechy informacyjnych gatunków prasowych: fait divers, sprawozdanie, korespondencja, sylwetka, przegląd prasy, reportaż, fotoreportaż.	2	1
4	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: felieton, artykuł, artykuł wstępny.	2	1
5	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: reportaż, komentarz, recenzja, powieść w odcinkach.	2	1
6	Cechy publicystycznych gatunków prasowych: esej, dziennik, sylwetka prasowa, życiorys, nekrolog/wspomnienie.	2	1
7	Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: wywiad, debata.	2	1
8	Cechy informacyjno- publicystycznych gatunków prasowych: list do redakcji, odpowiedź na list do redakcji.	2	2
Ćwiczenia		15	9
1	Ćwiczenia w sposobach wzbogacania tekstu prasowego. Gatunki prasowe a język: jak unikać najpoważniejszych błędów składniowych, fleksyjnych i interpunkcyjnych? Ćwiczenia w tytułowaniu tekstów. Składniki komunikatu prasowego.	2	1
2	Struktura informacji rozwiniętej, rodzaje lidów. Ćwiczenia w pisaniu informacyjnych gatunków prasowych.	5	3
3	Felieton –wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni felietoniści. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.	2	1
4	Reportaż literacki i publicystyczny – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni reportażyści. Recenzja. Dziennik. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.	4	2
5	Esej – wyznaczniki gatunkowe, historia, wybitni eseści. Dziennik: cechy gatunkowe, wybitni przedstawiciele. Ćwiczenia w pisaniu publicystycznych gatunków prasowych.	2	2

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Przykładowe teksty z dziennikarstwa prasowego. Prezentacje multimedialne.

### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

Kolokwium.

#### Ćwiczenia

Pisemne lub praktyczne kolokwium zaliczeniowe, obejmujące weryfikację znajomości wyznaczników gatunków prasowych i umiejętności pisania tekstu mieszczącego się w konkretnym gatunku prasowym.

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
<b>Wykład</b>			
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W03</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W08</b>
<b>Umiejętności</b>			
<b>Wykład</b>			
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_U01</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 kolokwium	<b>K_U07</b>
<b>Kompetencje</b>			
<b>Wykład</b>			
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_K09</b>
<b>Wiedza</b>			
<b>Ćwiczenia</b>			
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W03</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 kolokwium	<b>K_W08</b>
		2 aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
		2 aktywność na zajęciach	<b>K_W08</b>



**Umiejętności | Ćwiczenia**

<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U01</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U07</b>
<b>Kompetencje   Ćwiczenia</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	kolokwium	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K09</b>

**LITERATURA****Podstawowa**

1	M. Kaczmarczyk, Gatunki prasowe w praktyce. Ćwiczenia warsztatowe dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, Sosnowiec 2006.					
2	M. Wojtak, Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych , Lublin 2008.					

**Uzupełniająca**

1	T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2005.					
2	B. Hennessy, Dziennikarstwo publicystyczne , przeł. A. Sadza, Kraków 2009.					

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	Gatunki radiowe			Kod przedmiotu	29
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Kierunkowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	III		Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną	

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
<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>	
<b>ECTS</b>		<b>2</b>		<b>ECTS</b>		<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.

**CEL PRZEDMIOTU**

Przekazanie wiedzy na temat publicystycznych gatunków radiowych. Wykształcenie umiejętności przekonującego mówienia i właściwej prezentacji przed mikrofonem. Na zajęciach charakteryzowane są gatunki publicystyczne, przedstawiana jest też historia i współczesność polskiej publicystyki radiowej. Omawiane są też związki retoryki z publicystyką. Studenci uczą się jasno, precyzyjnie i przekonująco wyrażać swoje zdanie na forum publicznym. Mają również okazję poznać warsztat pracy publicysty radiowego.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju gatunków radiowych.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Posługuje się terminologią związaną z radiem i jego specyfiką.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Zna i rozumie typologię gatunków radiowych oraz ich zastosowanie w praktyce medialnej.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem radia oraz dokonać ich analizy.	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U2.1 Wykorzystuje wiedzę teoretyczną na temat ewolucji gatunków radiowych w praktyce.	
U3	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07

	<b>U3.1</b>	Rozpoznaje, klasyfikuje i nazywa typowe gatunki radiowe, dokonuje ich analizy i interpretacji, umiejscawiając w odpowiednim kontekście.	
<b>Kompetencje</b>			
<b>K1</b>	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		<b>K_K02</b>
	<b>K1.1</b>	Dokonuje samokształcenia i poszerza swoje wiadomości oraz umiejętności na temat najnowszych zmian w obrębie gatunków dziennikarskich.	
<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>K2.1</b>	Odnosi zdobytą wiedzę na temat gatunków radiowych do projektowania działań zawodowych.	
<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>
	<b>K3.1</b>	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami, szczególnie w aspekcie radiowym.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; współpraca dźwięku i obrazu w przekazie telewizyjnym.	2	2
2	Typy audycji radiowych: koncert radiowy, lista przebojów, magazyn (publicystyczny, kulturalny, kulturoznawczy, artystyczny), program muzyczny, program polityczny, reportaż, dokument, feature, serwis informacyjny, słuchowisko (teatr radiowy), pogadanka.	2	1
3	Słuchowisko a inne gatunki radiowe. Środki wyrazu. Proces powstawania. Słuchowiska w Polsce. Przykłady słuchowisk ciągłych. Autorzy oryginalnych słuchowisk Teatru Polskiego Radia. Słuchowiska Teatru Polskiego Radia wydane drukiem.	2	1
4	Ćwiczenia w redagowaniu wywiadu radiowego i reportażu radiowego.	2	1
5	Ćwiczenia w redagowaniu felietonu radiowego, komentarza radiowego.	2	1
6	Ćwiczenia w redagowaniu tekstów z zakresu dziennikarstwa interwencyjnego i śledczego.	2	1
7	Sztuka przekonującego mówienia – zajęcia praktyczne: ćwiczenia z zakresu wystąpień publicznych, analiza wystąpień pod kątem poprawności językowej, dykcyjnej, jak również ocena merytoryczna przemówienia.	3	2

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Ćwiczenia

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

**Podstawowa**

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

**Uzupełniająca**

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Gatunki telewizyjne</b>			Kod przedmiotu	<b>30</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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>III</b>		Forma zaliczenia	<b>Zaliczenie z oceną</b>	

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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>	
<b>ECTS</b>	<b>2</b>		<b>ECTS</b>	<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Wiedza ogólna o języku polskim oraz telewizji.

**CEL PRZEDMIOTU**

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

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Zna i rozumie specyfikę mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Rozumie podstawowe terminy charakterystyczne dla mediów.	
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W3.1 Rozróżnia cechy charakterystyczne gatunków wypowiedzi.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.	K_U07
	U1.1 Wykorzystuje wiedzę na temat gatunków dziennikarskich, aby określić treść i znaczenie zawartych w nich komunikatów.	
<b>Kompetencje</b>		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1 Wykorzystując nabytą wiedzę potrafi formułować komunikaty za pomocą różnych gatunków telewizyjnych.	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.	K_K03

	<b>K2.1</b>	Rozumie praktyczne zastosowanie gatunków telewizyjnych w relacjach społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	
<b>K3</b>		Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>K_K01</b>
	<b>K3.1</b>	Podjekuje pracę samokształceniową w zakresie najnowszych trendów w kreowaniu wypowiedzi w mediach elektronicznych.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Wyznaczniki dyskursu telewizyjnego. Styl w telewizji. Charakterystyka tekstów telewizyjnych. Autotematyzm telewizji.	2	1
2	Charakterystyka informacyjnych gatunków telewizyjnych: wzmianka, informacja, zapowiedź, sprawozdanie, relacja, korespondencja, raport, reportaż telewizyjny.	4	2
3	Charakterystyka publicystycznych gatunków telewizyjnych: film dokumentalny, powieść w odcinkach, komentarz, felieton, recenzja.	4	3
4	Charakterystyka informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych: wywiad, debata, talk-show.	3	2
5	Telewizja w Internecie.	2	1

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Ćwiczenia

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS					EFEKT	
		Wiedza		Ćwiczenia				
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta	<b>K_W08</b>
		Umiejętności		Ćwiczenia				
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	<b>K_U07</b>
		Kompetencje		Ćwiczenia				
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	egzamin	2	praca semestralna	3	aktywność na zajęciach	<b>K_K02</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach			<b>K_K03</b>
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta			<b>K_K01</b>

### LITERATURA

#### Podstawowa

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

#### Uzupełniająca

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

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Podstawy fotografii I</b>			Kod przedmiotu	<b>31</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE					
		Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
		<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	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

Brak.

## CEL PRZEDMIOTU

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

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Ma wiedzę w zakresie podstaw historii fotografii. Rozpoznaje przykłady znanych dzieł fotografów.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna zasady działania aparatu fotograficznego.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W3.1	Ma wiedzę w zakresie doboru parametrów do wykonania poprawnego zdjęcia.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Umie identyfikować i eliminować najczęstsze błędy spotykane w fotografii.	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U2.1	Student potrafi posługiwać się aparatem fotograficznym i samodzielnie wykonać fotografię.	

U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.			K_U10	
	U3.1	Potrafi dobrać odpowiedni obiektyw do rodzaju wykonywanej fotografii.			
<b>Kompetencje</b>					
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01	
	K1.1	Student jest przygotowany do posługiwania się fotografią na użytek własny i dalszego kształcenia na wyższych poziomach nauczania.			
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.			K_K03	
	K2.1	Zna i szanuje prawo autorskie.			
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07	
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.			
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>					
<b>TEMAT</b>			<b>15</b>	<b>9</b>	
<b>Ćwiczenia</b>			<b>15</b>	<b>9</b>	
1	Rys historyczny fotografii.		1	1	
2	Budowa aparatu fotograficznego, podstawowe funkcje i posługiwanie się nim. Różnice w rejestracji obrazu a widzeniu oka ludzkiego.		3	2	
3	Trójkąt ekspozycji - odpowiedni dobór ekspozycja za pomocą czasu, przysłony i czułości w aparacie fotograficznym.		5	2	
4	Metody i techniki pomiaru oświetlenia.		3	2	
5	Podział i różne typy obiektywów – długość ogniskowej, otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu.		3	2	
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>					
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) .					
<b>KRYTERIA OCENY</b>					
<b>Ćwiczenia</b>					
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.					
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>					
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>			<b>EFEKT</b>	
	<b>Wiedza</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
W1	W1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_W02	
W2	W2.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_W03	
W3	W3.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	3 obserwacja studenta	K_W06
	<b>Umiejętności</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
U1	U1.1	1 aktywność na zajęciach		K_U01	
U2	U2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_U02	
U3	U3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_U10	
	<b>Kompetencje</b>		<b>Ćwiczenia</b>		
K1	K1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta	K_K01	
K2	K2.1	1 projekt	2 aktywność na zajęciach	K_K03	
K3	K3.1	1 projekt	2 obserwacja studenta	K_K07	
<b>LITERATURA</b>					
<b>Podstawowa</b>					
1	Nowy podręcznik fotografii / John Hedgecoe ; tł. z ang. Krzysztof Wojciechowski. - Warszawa: "Arkady", 2005.				
2	Ailsa McWhinnie, Fotografia podręcznik, Warszawa 2004.				



3	Andreas Feininger, Nauka o fotografii, Warszawa 1987.
<b>Uzupełniająca</b>	
1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007.
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawilóści, Kraków 2000.
3	Mała historia fotografii / Boris von Brauchitsch ; przeł. Jan Koźbiał i Barbara Tarnas. - Warszawa: Cyklady, 2004.

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Podstawy fotografii II</b>			Kod przedmiotu	32
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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>	
<b>ECTS</b>	<b>2</b>		<b>ECTS</b>	<b>2</b>	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

Wiedza nabyta w pierwszym semestrze Podstaw fotografii

## CEL PRZEDMIOTU

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

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Ma wiedzę jak dobrać odpowiedni sprzęt fotograficzny do wykonywania zadanego rodzaju fotografii.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Posiada wiedzę na temat kompozycji obrazu.	
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.		K_W06
	W3.1	Ma wiedzę o przygotowaniu studia do wykonywania w nim fotografii.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.		K_U01
	U1.1	Potrafi dobrać osprzęt i parametry aparatu do uzyskania zadanych efektów na zdjęciu.	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U2.1	Rozpoznaje rodzaje kompozycji i potrafi je nazwać i zastosować.	
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10

U3	U3.1	Samodzielnie potrafi pracować w studio fotograficznym, dobierać rodzaje oświetlenia i modyfikatorów do wykonywania zadanych prac fotograficznych.	K_U10
----	------	---	-------

### Kompetencje

K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.	
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Głębka ostrości - przysłona jako narzędzie do uzyskania odpowiedniej plastyki obrazu. Perspektywa w fotografii.	4	2
2	Zasady kompozycji obrazu.	4	2
3	Praca w studio fotograficznym. Lamy studyjne światła błyskowego i ciągłego. Balans bieli według wzorca. Rodzaje modyfikatorów oświetlenia.	7	5

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Ćwiczenia

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

#### Podstawowa

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

#### Uzupełniająca

1	Małgorzata Plater-Zyberk, Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007.
2	Steve Bavister, Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udziwnień i zawiłości, Kraków 2000.



PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	Podstawy edytorstwa			Kod przedmiotu	33
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia			Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media			Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy			Język wykładowy	polski
Semestr	II			Forma zaliczenia	Zaliczenie z oceną

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Wykład	15		Wykład	9	
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowa znajomość oprogramowania Office.

**CEL PRZEDMIOTU**

Celem przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną z zakresu terminologii edytorskiej i typograficznej, w znajomość zasad przygotowywania publikacji w zależności od jej przeznaczenia, a także w umiejętność odpowiedniego formatowania tekstu i obrazu.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Zna i rozumie znaczenie i wartość edytorstwa pośród nauki o nowych mediach.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna terminologię z zakresu edytorstwa i typografii.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.	K_U03
	U1.1 Potrafi zaplanować, zaprojektować, zrealizować projekt graficzny z zakresu edytorstwa (np. zin, ulotka, plakat, zaproszenie, okładka, itp.)	
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08
	U2.1 Potrafi operować terminologią z zakresu edytorstwa i typografii.	
<b>Kompetencje</b>		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02

	<b>K1.1</b>	Jest gotowy do samodzielnego projektowania prac edytorskich.		
<b>K2</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>
	<b>K2.1</b>	Jest gotowy do tworzenia komunikatywnych projektów edytorskich, twórczych i estetycznych.		

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

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

#### Ćwiczenia

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

#### Podstawowa

1	Felici J. Kompletny przewodnik po typografii: zasady doskonałego składania tekstu, Gdańsk 2009
---	--

2	Bierkowski T. O typografii, Gdańsk 2008
3	Bringhurst R. Elementarz stylu w typografii, Kraków 2007
<b>Uzupełniająca</b>	
1	Hochuli J. Detal w typografii: litery, światła międzyliterowe, wyrazy, odstępy międzywyrazowe, wiersze, interlinia, łamy, Kraków 2009.

# PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



## INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Media społecznościowe</b>			Kod przedmiotu	<b>34</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH

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

## SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
<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	

## WYMAGANIA WSTĘPNE

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

## CEL PRZEDMIOTU

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

Rozwijanie umiejętności oceny i analizy przekazów w mediach społecznościowych.

## EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.		K_W02
	W1.1	Zna i rozumie specyfikę mediów społecznościowych.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).		K_W03
	W2.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów społecznościowych.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.		K_W07
	W3.1	Zna i rozumie formę komunikowania się za pomocą mediów społecznościowych, ich wpływ na społeczne życie człowieka, na reklamę.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U1.1	Potrafi zdobytą wiedzę wykorzystać do tworzenia kreatywnego i wartościowego przekazu w mediach społecznościowych.	
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08



	<b>U2.1</b>	Potrafi w sposób profesjonalny używać języka branżowego z zakresu mediów społecznościowych.	
<b>Kompetencje</b>			
<b>K1</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>K1.1</b>	Jest gotowy do operowania kanałami mediów społecznościowych w celu czynnego uczestniczenia w życiu kulturalnym.	
<b>K2</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>
	<b>K2.1</b>	Jest świadomy tego, jak wielką wagę mają media społecznościowe w kształtowaniu więzi społecznych.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	2	1
2	Psychologia Internetu.	1	1
3	Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1
4	Media globalne jako media społecznościowe.	1	1
5	Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1
6	Facebook jako medium społecznościowe.	1	0
7	Instagram jako medium społecznościowe.	1	0
8	You Tube jako medium społecznościowe.	1	0
9	Nowe zjawiska wśród mediów społecznościowych: tweeter, tik-tok, ...	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa, itd.	1	1
11	Facebook, Instagram, Tweeter jako media społecznościowe.	0	1
12	You Tube i TikTok jako media społecznościowe.	0	1
13	Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	0
14	Second Life jako medium społecznościowe.	1	0
15	Second Life jako medium społecznościowe. Tożsamość internetowa i awatarowa.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	0
Ćwiczenia		15	9
1	Internet jako medium społecznościowe i jako medium społeczeństwa informacyjnego	1	1
2	Psychologia Internetu.	1	1
3	Media alternatywne i społecznie zaangażowane.	1	1
4	Media globalne jako media społecznościowe.	1	1
5	Blogi i blogowanie jako medium społecznościowe.	1	1
6	Facebook jako medium społecznościowe.	1	0
7	Instagram jako medium społecznościowe.	1	0
8	You Tube jako medium społecznościowe.	1	0
9	Nowe zjawiska wśród mediów społecznościowych: tweeter, tik-tok, ...	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa, itd.	2	0
11	Facebook, Instagram, Tweeter jako media społecznościowe.	0	1
12	You Tube i TikTok jako media społecznościowe.	0	1
13	Kultura uczestnictwa jako medium budowania społeczności internetowych.	1	1
14	Second Life jako medium społecznościowe.	1	0
15	Second Life jako medium społecznościowe. Tożsamość internetowa i awatarowa.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	0

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

komputer, rzutnik, wi-fi, smartfon, literatura przedmiotu; formy przekazu: wykład, dyskusja, analiza wybranych mediów społecznościowych

**KRYTERIA OCENY****Wykład**

Weryfikacja wiedzy teoretycznej: kolokwium pisemne.

**Ćwiczenia**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

KOD		OPIS			EFEKT	
<b>Wiedza   Wykład</b>						
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W07</b>
<b>Umiejętności   Wykład</b>						
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U08</b>
<b>Kompetencje   Wykład</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K03</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K08</b>
<b>Wiedza   Ćwiczenia</b>						
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W07</b>
<b>Umiejętności   Ćwiczenia</b>						
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U02</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U08</b>
<b>Kompetencje   Ćwiczenia</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K03</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K08</b>

**LITERATURA****Podstawowa**

- 1 | Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.
- 2 | Nowina Konopka M., Infomorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017.
- 3 | Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006.
- 4 | Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.

**Uzupełniająca**

- 1 | Red. Drzyzga P., Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Prawo prasowe</b>			Kod przedmiotu	<b>35</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład				Wykład			
		15				9	
<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>	
<b>ECTS</b>		<b>2</b>		<b>ECTS</b>		<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawy prawoznawstwa.

**CEL PRZEDMIOTU**

1. Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami prawa prasowego oraz zastosowaniem tej gałęzi prawa na podstawie ustawy o prawie prasowym, ustawie o radiofonii i telewizji oraz ustawie o dostępie do informacji publicznej.
2. Przedstawienie praw i obowiązków dziennikarzy, m.in. prawa do uzyskania informacji, prawa do uzyskania odpowiedzi na krytykę, obowiązku zachowania szczególnej staranności oraz tajemnicy dziennikarskiej.
3. Wyjaśnienie prawnych regulacji, dotyczących znaczenia autoryzacji oraz sprostowania.
4. Student zapozna się z szeroko pojętą organizacją działalności prasowej, radiowej i telewizyjnej.
5. Rozwinie umiejętność posługiwania się językiem prawnym i prawniczym, m.in. w obszarze odpowiedzialności cywilnej i karnej dziennikarzy oraz prasy.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.	K_W13
	Student wykazuje się wiedzą, dotyczącą najważniejszych regulacji prawa prasowego, takich jak: prawa i obowiązki dziennikarzy, pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania, organizacja działalności prasowej, organizacja działalności radiowej i telewizyjnej, ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych oraz odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy. Rozumie rolę etyki w pracy dziennikarza.	
W2	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.	K_W15
	Posiada wiedzę na temat wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	

<b>W3</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>W3.1</b>	Student wykazuje się znajomością podstawowej wiedzy dotyczącej miejsca prawa prasowego w strukturze nauk prawnych oraz w strukturze nauk o komunikacji społecznej i mediach, zna jego pojęcie, funkcje, zasady prawa oraz źródła prawa.	

### 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>U1.1</b>	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną z zakresu prawa prasowego w celu rozwiązywania prostych przypadków.	
<b>U2</b>	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.		<b>K_U05</b>
	<b>U2.1</b>	Posiada umiejętność identyfikowania naruszeń prawa prasowego, w szczególności zagrożeń, dotyczących wolności pracy oraz zna ich skutki prawne.	
<b>U3</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>U3.1</b>	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie na tematy dotyczące regulacji prawa prasowego, używając w sposób prawidłowy języka prawnego i prawniczego.	

### Kompetencje

<b>K1</b>	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		<b>K_K01</b>
	<b>K1.1</b>	Ma świadomość konieczności aktualizacji nabytej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz poszerzania umiejętności z zakresu prawa prasowego.	
<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>K2.1</b>	Student jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy oraz zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych w pracy dziennikarskiej. W swojej działalności profesjonalnej kieruje się zasadami etyki dziennikarskiej.	
<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>
	<b>K3.1</b>	Student jest kompetentny do podejmowania i uzasadniania samodzielnych decyzji oraz działań zawodowych w zakresie odnoszącym się do obowiązujących regulacji z zakresu prawa prasowego.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

Podstawowe akty prawne: Konstytucja RP z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. z 1997 Nr 78, poz. 483 z późn. zm.; Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, Dz. U. z 1984 r. Nr 5, poz. 24 z późn. zm.; Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji, Dz.U. z 1993 r. Nr 7, poz. 34 z późn.zm.; Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, Dz. U. Z 2001 r. Nr 112, poz. 1198 z późn. zm. Orzecznictwo sądowe. Komentarze.

### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

#### Podstawowa

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

#### Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Copywriting I</b>			Kod przedmiotu	<b>36</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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>	
<b>ECTS</b>	<b>2</b>		<b>ECTS</b>	<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

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

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Zna i definiuje zasady działania copywritingu	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Rozumie powiązanie różnych mediów z działalnością copywritera	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.	K_U09
	U1.1 Wykorzystuję wiedzę na temat precyzyjnego wypowiadania się w mowie i piśmie przy tworzeniu narzędzi np. sloganów reklamowych	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14
	U2.1 Zna zasady współpracy w grupie do stworzenia zadania praktycznego.	
<b>Kompetencje</b>		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1 Podejmuję pracę samokształceniową w zakresie prowadzenia projektów multimedialnych.	
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05
	K2.1 Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.	

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

1 Czy każdy może być copywriterem?

4

3

2 Rozpoczęcie pracy jako copywriter. Więcej niż tylko słowa. Techniki i style copywritingu

4

3

3 Profil klienta, produkt i most korzyści

4

2

4 Interaktywna struktura tekstu, szablon tekstu po zamknięcie sprzedaży

3

1

**SRODKI DYDAKTYCZNE**

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

**KRYTERIA OCENY****Ćwiczenia**

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

**WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
<b>Ćwiczenia</b>			
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
<b>Umiejętności</b>			
<b>Ćwiczenia</b>			
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1 projekt	<b>K_U09</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 projekt	<b>K_U14</b>
<b>Kompetencje</b>			
<b>Ćwiczenia</b>			
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1 projekt	<b>K_K02</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1 projekt	<b>K_K05</b>

**Wiedza****Ćwiczenia**

<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 aktywność na zajęciach	<b>K_W02</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>

**K\_W02**

<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 aktywność na zajęciach	<b>K_W03</b>
-----------	-------------	--------------------------	--------------

**K\_W03****Umiejętności****Ćwiczenia**

<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1 projekt	<b>K_U09</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 projekt	<b>K_U14</b>

**K\_U09**

<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1 projekt	<b>K_U14</b>
-----------	-------------	-----------	--------------

**K\_U14****Kompetencje****Ćwiczenia**

<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1 projekt	<b>K_K02</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1 projekt	<b>K_K05</b>

**K\_K02**

<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1 projekt	<b>K_K05</b>
-----------	-------------	-----------	--------------

**K\_K05****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 J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.

**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Copywriting II</b>			Kod przedmiotu	<b>37</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>			
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	15		Ćwiczenia	9	
<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>	
<b>ECTS</b>	<b>2</b>		<b>ECTS</b>	<b>2</b>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

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

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Zna i definiuje zasady działania narzędzi w pracy copywritera.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna powiązania terminologii z zakresu mediów i potrafi je wykorzystać w działalności copywritera.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Rozumie znaczenie zdobywania informacji z różnych źródeł i wykorzystuje je zgodnie z przeznaczeniem.	
U2	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	K_U14
	U2.1 Współpracuję w grupie w celu realizacji zadań zgodnych z potrzebami wykonania zadania.	
<b>Kompetencje</b>		
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.	K_K02
	K1.1 Rozumie znaczenie wdrażania twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania w ramach tworzenia projektów multimedialnych.	
K2	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07



**K2.1** Rozpoznaje dylematy związane z zawodem copywritera i znajdują rozwiązania.

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

#### TEMAT

15

9

#### Ćwiczenia

15

9

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Ćwiczenia

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

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

### LITERATURA

#### Podstawowa

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

#### Uzupełniająca

- 1 | Dutko, Maciej. Copywriting internetowy, Wydano: Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN, 2010.
- 2 | J. Woźniczka, Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU



**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	Retoryka i erastyka			Kod przedmiotu	38
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny			
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia		Profil studiów	praktyczny	
Kierunek studiów	Nowe Media		Specjalność		
Moduł kształcenia	Kierunkowy		Język wykładowy	polski	
Semestr	V		Forma zaliczenia	Egzamin	

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Wykład		15		Wykład		9	
Ćwiczenia		15		Ćwiczenia		9	
<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	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

Znajomość zasad kultury języka.

**CEL PRZEDMIOTU**

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

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS		EFEKT
<b>Wiedza</b>			
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.		K_W01
	W1.1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie retoryki w komunikacji społecznej i mediach, widzi jej wartość i potrzebę w praktycznej działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej. Zna terminologię retoryczną.	
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.		K_W16
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu retoryki jako istotnego elementu komunikacji interpersonalnej i społecznej.	
W3	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.		K_W17
	W3.1	Zna miejsce retoryki w nauce o języku, jest świadomy tego, jak ważna jest umiejętność klarownego i poprawnego używania polszczyzny.	
<b>Umiejętności</b>			
U1	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08

	<b>U1.1</b>	Potrafi używać terminologię z zakresu retoryki i wykorzystywać wiedzę retoryczną do precyzyjnego i spójnego prezentowania treści, w zależności od celu wypowiedzi, odbiorców i medium.	
<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>U2.1</b>	Dzięki wiedzy retorycznej potrafi budować klarowne wypowiedzi, poparte odpowiednimi źródłami, potrafi adekwatnie dobierać argumenty.	
<b>Kompetencje</b>			
<b>K1</b>		Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	<b>K_K01</b>
	<b>K1.1</b>	Ma świadomość tego, że retoryka jest szerokim zagadnieniem, a umiejętności z jej zakresu należy zdobywać stale, także po zakończeniu studiów.	
<b>K2</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>
	<b>K2.1</b>	Docenia znaczenie retoryki - jej wartość w budowaniu takich komunikatów, które tworzą więzi społeczne, podnoszą jakość wykonywanej pracy, mogą wpłynąć na realne zmiany społeczne.	
<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>
	<b>K3.1</b>	Jest gotowy do stałej dbałości o jakość swoich wypowiedzi i wykorzystania retoryki do budowania wartościowych i komunikatywnych przekazów.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Historia retoryki	2	1
2	Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki	2	1
3	Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)	2	1
4	Triady retoryczne i ich przydatność podczas wystąpień	2	1
5	Toposy i argumenty - typologia	2	1
6	Rodzaje perswazji	1	1
7	Manipulacja - analiza przykładów	1	1
8	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów)	1	1
9	Przekaz medialny jako przekaz retoryczny	2	1
Ćwiczenia		15	9
1	Układanie mowy według przepisu Briana Tracy'ego	3	2
2	Toposy i argumenty - typologia w praktyce	2	1
3	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów i nagrań z platformy TED)	4	2
4	Ćwiczenia z wystąpień wg gatunków (laudacja, toast, pożegnanie, zaproszenie, itp.)	4	2
5	Prezentacja wystąpień studenckich	2	2

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Wykład

Aktywność, egzamin pisemny z wiedzy.

#### Ćwiczenia

Aktywność, Praca semestralna z ćwiczeń - przygotowanie wystąpienia / mowy na zadany temat.

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	Wykład	
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1 egzamin	2 aktywność na zajęciach	<b>K_W01</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1 egzamin	2 aktywność na zajęciach	<b>K_W16</b>

<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W17</b>
<b>Umiejętności   Wykład</b>						
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U08</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U09</b>
<b>Kompetencje   Wykład</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K01</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K08</b>
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	egzamin	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K09</b>
<b>Wiedza   Ćwiczenia</b>						
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W01</b>
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W16</b>
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_W17</b>
<b>Umiejętności   Ćwiczenia</b>						
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U08</b>
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_U09</b>
<b>Kompetencje   Ćwiczenia</b>						
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K01</b>
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K08</b>
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	praca semestralna	2	aktywność na zajęciach	<b>K_K09</b>
<b>LITERATURA</b>						
<b>Podstawowa</b>						
1	Perelman Ch., Imperium retoryki : retoryka i argumentacja, Warszawa 2004. - Academica					
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. - IBUK					
<b>Uzupełniająca</b>						
3	B. Bogołębska, M. Warsowicz, Retoryka i jej zastosowania, Łódź 2016. - Academica					

**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Arcydziela kinematografii polskiej i światowej</b>	Kod przedmiotu	<b>39</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>	
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
<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>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł filmowych i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi dziełami kintematografii polskiej i światowej o szczególnym znaczeniu w kulturze. Wykształcenie umiejętności analizowania oraz interpretowania filmu jako tekstu kultury.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.	K_W08
	W1.1 Zna i definiuje gatunki filmowe.	
W2	Zna i rozumie powiązanie studiowanego kierunku z: naukami o kulturze i religii, językoznawstwem, sztuką, naukami socjologicznymi, naukami o zarządzaniu i jakości, zorientowane na zastosowania praktyczne.	K_W09
	W2.1 Rozumie powiązanie nauk o komunikacji społecznej i mediach z filmoznawstwem.	
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.	K_W12
	W3.1 Orientuje się w podstawowych zagadnieniach metodologii filmoznawczej.	
<b>Umiejętności</b>		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U1.1 Wykorzystuje wiedzę na temat filmów do praktycznej analizy nowych mediów.	
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.	K_U11
	U2.1 Posługuje się aparaturą pojęciową z zakresu filmoznawstwa.	
U3	Potrafi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medioznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.	K_U16
	U3.1 Orientuje się w najważniejszych zjawiskach artystycznych, historycznych i społecznych na przecięciu medioznawstwa i filmoznawstwa.	

Kompetencje			
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01
	K1.1	Podjmuje pracę samokształceniową w zakresie znajomości najważniejszych osiągnięć reżyserów XX i XXI wieku.	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
	K2.1	Wykorzystuje znajomość arcydzieł filmowych do aktywnego uczestnictwa w życiu kulturalnym.	
K3	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05
	K3.1	Rozumie znaczenie arcydzieł filmowych w relacjach społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	

### TREŚCI KSZTAŁCENIA

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

### ŚRODKI DYDAKTYCZNE

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

### KRYTERIA OCENY

#### Ćwiczenia

Kolokwium pisemne.

### WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD	OPIS		EFEKT
		<b>Wiedza</b>	<b>Ćwiczenia</b>
W1	W1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach
W2	W2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach
W3	W3.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
		<b>Umiejętności</b>	<b>Ćwiczenia</b>
U1	U1.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
U2	U2.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach
U3	U3.1	1 aktywność na zajęciach	2 obserwacja studenta
		<b>Kompetencje</b>	<b>Ćwiczenia</b>
K1	K1.1	1 kolokwium	2 aktywność na zajęciach
K2	K2.1	1 kolokwium	
K3	K3.1	1 kolokwium	

### LITERATURA

#### Podstawowa

1 Encyklopedia kina, red. T. Lubelski, współpr. A. Garbicz, Kraków 2003.

2	A. Gwóźdź, Obrazy i rzeczy. Film między mediami, Kraków 2003.
3	J. Płażewski, Historia filmu 1895-2005, Warszawa 2007.
<b>Uzupełniająca</b>	
1	D.B. Sova, 125 zakazanych filmów. Historia cenzury w kinie, przeł. M. Hen, Warszawa 2006.
2	M. Lisowska-Magdziarz, Znaki na uwięzi. Od semiologii do semiotyki mediów, Kraków 2019.
3	P. Witek, Kultura, film, historia. Metodologiczne problemy doświadczenia audiowizualnego, Lublin 2005.

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY



SYLABUS/KARTA PRZEDMIOTU

**INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu (modułu)	<b>Marketing w nowych mediach</b>	Kod przedmiotu	<b>40</b>
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		<b>Instytut Humanistyczny</b>	
Poziom kształcenia	<b>Studia pierwszego 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 z oceną</b>

**WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH**

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

**SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ KONTAKTOWYCH**

STUDIA STACJONARNE			STUDIA NIESTACJONARNE		
Ćwiczenia	30		Ćwiczenia	18	
<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>	

**WYMAGANIA WSTĘPNE**

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

**CEL PRZEDMIOTU**

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

**EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

KOD	OPIS	EFEKT
<b>Wiedza</b>		
<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>W1.1</b> Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i promocyjno-reklamowej.	
<b>W2</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>W2.1</b> Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.	
<b>W3</b>	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	<b>K_W03</b>
	<b>W3.1</b> Zna i rozróżnia rodzaje mediów.	

**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>U1.1</b> Wyszukuję informacje z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia	
<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>U2.1</b> Redaguje krótkie, a także dłuższe teksty/slogany/plany marketingowe etc., które są zgodne z zasadami poprawnej polszczyzny.	
<b>U3</b>	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	<b>K_U14</b>
	<b>U3.1</b> Przyjmuje różne role wg potrzeb realizacji zadania.	



<b>Kompetencje</b>							
<b>K1</b>	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.					<b>K_K02</b>	
	<b>K1.1</b>	Wykorzystuję kreatywne myślenie i działanie do stworzenia projektu multimedialnego.					
<b>K2</b>	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.					<b>K_K05</b>	
	<b>K2.1</b>	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.					
<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>	
	<b>K3.1</b>	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem działań marketingowych w firmach i znajduje praktyczne rozwiązania.					
<b>TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>							
<b>TEMAT</b>					<b>30</b>	<b>18</b>	
<b>Ćwiczenia</b>					<b>30</b>	<b>18</b>	
1	Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych				5	3	
2	Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT - zadania praktyczne				10	6	
3	Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce				5	3	
4	Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.				8	5	
5	System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa				2	1	
<b>ŚRODKI DYDAKTYCZNE</b>							
Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.							
<b>KRYTERIA OCENY</b>							
<b>Ćwiczenia</b>							
obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.							
<b>WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ</b>							
<b>KOD</b>	<b>OPIS</b>					<b>EFEKT</b>	
		<b>Wiedza</b>		<b>Ćwiczenia</b>			
<b>W1</b>	<b>W1.1</b>	1	kolokwium			<b>K_W01</b>	
<b>W2</b>	<b>W2.1</b>	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		
<b>W3</b>	<b>W3.1</b>	1	aktywność na zajęciach	2	obserwacja studenta		
		<b>Umiejętności</b>		<b>Ćwiczenia</b>			
<b>U1</b>	<b>U1.1</b>	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta
<b>U2</b>	<b>U2.1</b>	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta
<b>U3</b>	<b>U3.1</b>	1	projekt	2	aktywność na zajęciach	3	obserwacja studenta
		<b>Kompetencje</b>		<b>Ćwiczenia</b>			
<b>K1</b>	<b>K1.1</b>	1	projekt	2	aktywność na zajęciach		
<b>K2</b>	<b>K2.1</b>	1	aktywność na zajęciach			<b>K_K05</b>	
<b>K3</b>	<b>K3.1</b>	1	aktywność na zajęciach			<b>K_K07</b>	
<b>LITERATURA</b>							
<b>Podstawowa</b>							
1	Kotler, Philip, Marketing od Ado Z, Wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.						
2	S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, wyd. "Śląsk", Katowice 2008.						
3	Grzegorzczak, Wojciech. Marketing na rynku międzynarodowym, Wydano: Kraków : Oficyna Ekonomiczna. Oddział, 2009.						
<b>Uzupełniająca</b>							
1	Sztucki, Tadeusz. Marketing przedsiębiorcy i menedżera, Wydano: Warszawa: "Placet", 1996.						

