

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Teoria komunikacji medialnej i społecznej										Kod przedmiotu		19	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny					
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		II				Forma zaliczenia				Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia						Wykład		Ćwiczenia					
30	E2	4						18	E2	4					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				30				Wykład				18			
Razem				30				Razem				18			
Praca własna studenta				70				Praca własna studenta				82			
Razem				100				Razem				100			
ECTS				4				ECTS				4			
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Podstawowa wiedza z zakresu komunikacji społecznej.															
CEL PRZEDMIOTU															
Celem wykładów jest zapoznanie studentów z teoriami komunikacji medialnej i społecznej.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS													EFEKT	
Wiedza															
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.														K_W01
	W1.1	Ma szeroką wiedzę na temat przemian kulturowych i roli komunikacji medialnej w tworzeniu kultury.													
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).														K_W03
	W2.1	Zna i rozumie terminologię z zakresu teorii komunikacji w kontekście historycznym.													
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.														K_W07
	W3.1	Zna głównych przedstawicieli nauk o komunikacji, którzy określali rolę komunikacji medialnej. Zna modele komunikacyjne i różnice między zmieniającymi się systemami komunikacji - od interpersonalnej do medialnej z czasu Internetu.													
Umiejętności															
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.														K_U02
	U1.1	Potrafi za pomocą uzyskanej wiedzy oceniać zjawiska współczesnej komunikacji medialnej.													
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.														K_U09

	U2.1	Potrafi omawiać poznawane zjawiska medialne w kontekście kulturowym i historycznym, z wykorzystaniem odpowiedniej literatury.		
U3		Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	K_U10	
	U3.1	Za pomocą poznanej terminologii potrafi opisywać zjawiska współczesnej komunikacji społecznej.		
Kompetencje				
K1		Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
	K1.1	Ma świadomość tego, jak szeroką dziedziną wiedzy jest komunikacja społeczna i medialna - aby jej używać i ją wdrażać, potrzeba stałego doskonalenia warsztatu.		
K2		Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.	K_K05	
	K2.1	Na podstawie poznanych faktów i wpływu komunikacji na przemiany kulturowe, ma świadomość tego, jak ważne miejsce zajmuje komunikacja w świecie ludzkich / społecznych relacji. Rozwój technologiczny ukazuje regularne poszerzanie sfer komunikacyjnych.		
K3		Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.	K_K08	
	K3.1	Ma świadomość tego, że poziom komunikacji przekłada się wprost na poziom relacji społecznych, a także na poziom działań zawodowych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			30	18
1	Definicje i podział mediów		4	2
2	Ery komunikacji jako ery kultury		2	2
3	Wykresy komunikacji – od interpersonalnej do medialnej		2	2
4	Postaci komunikacji nowych mediów: Marshall McLuhan, Lev Manovich, Jean Baudrillard		4	2
5	Komunikacja niewerbalna.		2	1
6	Bariery, szumy 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
METODY DYDAKTYCZNE				
Sugerowana w sylabusie literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; materiały w wersji audio, video, pdf, jpg.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Egzamin ustny				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	egzamin ustny	K_W01
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	egzamin ustny	K_W03
		2	aktywność na zajęciach	

W3	W3.1	1	egzamin ustny	K_W07	
		2	aktywność na zajęciach		
Umiejętności Wykład					
U1	U1.1	1	egzamin ustny	K_U02	
		2	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	egzamin ustny	K_U09	
		2	aktywność na zajęciach		
U3	U3.1	1	egzamin ustny	K_U10	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Wykład					
K1	K1.1	1	egzamin ustny	K_K01	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	egzamin ustny	K_K05	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	egzamin ustny	K_K08	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć		0	12
	2	Czytanie wskazanej literatury		45	45
	3	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		25	25
		Suma godzin:		100	100
		Punkty ECTS:		4	4
LITERATURA					
Podstawowa					
1	McQuail D., Teoria komunikowania masowego, tłum. M. Bucholc, A. Szulżycka, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2024.				
Uzupełniająca					
1	Baran S., Davis D. K., Teorie komunikowania masowego, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.				
2	Dobek-Ostrowska B. (red.), Nauka o komunikowaniu: podstawowe orientacje teoretyczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2001.				
3	Filipiak M., Homo communicans: wprowadzenie do teorii masowego komunikowania, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2004.				
4	Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Komunikacja wizualna	Kod przedmiotu	20
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
ECTS	4	ECTS	4

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
W1.1	Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.	K_W16
W2.1	Student ma wiedzę potrzebną do realizacji prac projektowych.	
Umiejętności		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
U1.1	Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.	

U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.		K_U03	
	U2.1	Student umie posługiwać się programami graficznymi w stopniu umożliwiającym wykonanie prostych zleceń graficznych.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02	
	K1.1	Jest gotowy do odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.		
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03	
	K2.1	Jest gotowy do odpowiedzialnego analizowania i tworzenia treści wizualnych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Projektowanie graficzne - definicja i charakterystyka		2	1
2	Kompozycja klasyczna w projektowaniu		2	1
3	UI versus UX		2	1
4	Psychologia koloru - czytelność, kontrast, harmonia		2	1
5	Znak a treść - odpowiednie 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 - podobieństwa i różnice w praktyce		0	1
4	Praca na siatkach. Wielkość i format		2	1
5	Anatomia pisma		2	1
6	Czytelność, kontrast, harmonia - ćwiczenia		2	0
7	Znak a treść. Co to jest dobre LOGO		2	1
8	Layout		2	1
9	Sztuka w grafice - przykłady		1	1
10	Tworzenie druków informacyjnych		1	0
11	Fotografia w praktyce - przykłady i rozwiązania		0	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Literatura przedmiotu. Programy graficzne z pakietu Adobe, komputer, rzutnik.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Wykłady mają charakter interaktywny. Studenci otrzymują pytania i dyskutują z prowadzącym zajęcia. Weryfikacja ich wiedzy odbywa się podczas egzaminu ustnego.				
Ćwiczenia				
Każdy ze studentów oceniany jest indywidualnie, szczególną uwagę zwracając na samodzielność, kreatywność, zaangażowanie i współpracę z prowadzącym. Umiejętność przekazu własnych przemyśleń, umiejętność argumentacji, przedstawienie swoich racji w formie graficznej i werbalnej są składową ogólną 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	

		Wiedza		Wykład	
W1	W1.1	1	egzamin ustny		K_W02
		2	aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1	egzamin ustny		K_W16
		2	aktywność na zajęciach		
		Umiejętności		Wykład	
U1	U1.1	1	egzamin ustny		K_U02
		2	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	egzamin ustny		K_U03
		2	aktywność na zajęciach		
		Kompetencje		Wykład	
K1	K1.1	1	egzamin ustny		K_K02
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	egzamin ustny		K_K03
		2	aktywność na zajęciach		
		Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	kolokwium ustne		K_W02
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1	kolokwium ustne		K_W16
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	kolokwium ustne		K_U02
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	kolokwium ustne		K_U03
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
		Kompetencje		Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	kolokwium ustne		K_K02
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	kolokwium ustne		K_K03
		2	projekt		
		3	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18

Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	10	12
	2	Czytanie wskazanej literatury	20	20
	3	Przygotowanie projektu	20	20
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	20	30
		Suma godzin:	100	100
		Punkty ECTS:	4	4
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Bergström B., Komunikacja wizualna, Warszawa 2009.			
2	Dabner D., Stewart S., Zempol E., Vickress A., Szkoła projektowania graficznego, Warszawa 2018.			
3	Mueller-Brockmann J., Systemy siatek w projektowaniu graficznym, Kraków 2020.			
Uzupełniająca				
1	Airey D., Logo Design Love, Gliwice 2015.			
2	Heller S., Anatomia projektu / The anatomy of design: współczesne projektowanie graficzne - wpływy i inspiracje, Warszawa 2008.			
3	Wolny-Zmorzyński K. (red.), Komunikacja wizualna w prasie i w mediach elektronicznych, Warszawa 2013.			

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Antropologia kultury mediów										Kod przedmiotu		21	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny					
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		V				Forma zaliczenia				Zaliczenie					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia						Wykład		Ćwiczenia					
15	25	2						9	25	2					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				15				Wykład				9			
Razem				15				Razem				9			
Praca własna studenta				35				Praca własna studenta				41			
Razem				50				Razem				50			
ECTS				2				ECTS				2			
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Wymagana jest podstawowa wiedza z zakresu filozofii i socjologii.															
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest propedeutyka antropologii i filozofii kultury; uświadomienie studentów wieloaspektowego rozumienia kultury, praw i zjawisk nimi rządzących oraz wyboru postaw, prowadzących do integranego rozwoju człowieka jako odbiorcy i twórcy kultury, w tym mediów.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD		OPIS												EFEKT	
Wiedza															
W1		Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.												K_W01	
W1.1		Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej praktyczne zastosowanie w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-kulturowej.													
W2		Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.												K_W07	
W2.1		Zna i rozumie filozofię/antropologię komunikacji i jej specyfikę w społeczeństwie postmodernistycznym.													
W3		Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębioną w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.												K_W11	
W3.1		Zna i rozumie wiedzę o człowieku, jego bytowej strukturze oraz o człowieku jako podmiotowi i twórcy kultury.													
Umiejętności															
U1		Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.												K_U01	
U1.1		Potrafi samodzielnie i rzetelnie poszukiwać i weryfikować informacje pozyskane z różnych źródeł. Krytycznie odnosić się do nich.													

U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10	
	U2.1	Potrafi posługiwać podstawową terminologię 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.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06	
	K1.1	Kieruje się imperatywem odpowiedzialności społecznej i rzetelności zawodowej.		
K2	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07	
	K2.1	Jest gotowy do podejmowania działań moralnych na gruncie aktywności zawodowej.		
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09	
	K3.1	Podejmuje moralne działania chroniące kulturę i komunikację społeczną.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Wprowadzenie: czym są kultura, antropologia i antropologia kultury mediów?		2	2
2	Nauki o kulturze i wybrane definicje kultury.		2	1
3	Człowiek jako podmiot i twórca kultury.		3	2
4	Kultura jako relacja, "medium" (pośrednik).		3	2
5	Pola uprawy kultury: prawda, dobra, piękno, sacrum i profanum.		3	1
6	Między ideologią i kulturą. Społeczny wymiar kultury.		2	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Tablica, rzutnik multimedialny. Dialog dydaktyczny, prezentacja multimedialna, wybrane fragmenty literatury fachowej i pięknej i inne. Konsultacje.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Zaliczenie w formie ustnej. Obecność na zajęciach dydaktycznych i aktywność.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	kolokwium ustne	
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium ustne	
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	kolokwium ustne	
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	kolokwium ustne	
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	kolokwium ustne	
		2	aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1	kolokwium ustne	

U3	U3.1	2	aktywność na zajęciach	K_U12	
Kompetencje Wykład					
K1	K1.1	1	kolokwium ustne	K_K06	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	kolokwium ustne	K_K07	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	kolokwium ustne	K_K09	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć		15	21
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		10	10
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Daszkiewicz W., Byt – człowiek – kultura. Studium z filozofii kultury, Lublin 2019.				
2	Godlewski G., Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów, Warszawa 2005.				
3	Jaroszyński P., Kultura. Dramat natury i osoby, Lublin 2020.				
Uzupelniająca					
1	Herzfeld M., Antropologia: praktykowanie teorii w kulturze i społeczeństwie, tłum. Maria M. Piechaczek, Kraków 2004.				
2	Krasnodębski M., Antropologia edukacji, Głogów 2018 [wybrane fragmenty].				
3	Mencwel A. (red.), Antropologia kultury: zagadnienia i wybór tekstów, Warszawa 2005.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Historia mediów										Kod przedmiotu		22	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny					
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		I				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia						Wykład		Ćwiczenia					
15	ZO1	1						9	ZO1	1					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				15				Wykład				9			
Razem				15				Razem				9			
Praca własna studenta				15				Praca własna studenta				21			
Razem				30				Razem				30			
ECTS				1				ECTS				1			
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Student uczestniczący w zajęciach powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu historii powszechnej.															
CEL PRZEDMIOTU															
Poznanie podstawowych pojęć i głównych problemów teoretycznych w obszarze historii mediów. Wyposażenie studentów w wiedzę z zakresu rozwoju prasy, radia, telewizji i Internetu w procesie historycznym. Wykształcenie podstawowych umiejętności analizy tekstów z zakresu historii mediów.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD		OPIS												EFEKT	
Wiedza															
W1		Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.												K_W02	
W1.1		Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju mediów od prehistorii do dzisiaj.													
W2		Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).												K_W03	
W2.1		Zna terminologię związaną z historią mediów.													
W3		Zna i rozumie proces powstania i ewolucji systemu medialnego w Polsce, Europie i świecie oraz relacje pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej.												K_W04	
W3.1		Posiada wiedzę w zakresie ewolucji mediów w Polsce i na świecie.													
Umiejętności															
U1		Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.												K_U01	
U1.1		Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem mediów w aspekcie chronologicznym.													
U2		Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.												K_U02	

	U2.1	Analizuje procesy historyczne, które zaszły w ewolucji mediów.		
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.			K_U10
	U3.1	Posługuje się aparatem pojęciowym związanym z historią mediów.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.			K_K01
	K1.1	Dokonuje samokształcenia i poszerzenia wiadomości na podstawie wskazanej w sylabusie literatury uzupełniającej.		
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w aspekcie lokalnym, regionalnym i globalnym.		
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.			K_K08
	K3.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Periodyzacja rozwoju mediów.		2	2
2	Początki mediów – historia pisma.		2	0
3	Narodziny druku – rewolucja Gutenberga.		2	2
4	Prasa w rozwoju historycznym.		2	0
5	Powstanie i rozwój telegrafu, radia oraz telefonu.		2	2
6	Od aparatu fotograficznego do pierwszych filmów.		2	2
7	Dzieje telewizji oraz Internetu.		2	0
8	Kolokwium pisemne.		1	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, fragmenty filmów dydaktycznych, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Kolokwium pisemne.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W02
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W03
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W04
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U01
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U02
		2	aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U10
		2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K01
		2	aktywność na zajęciach	

K2	K2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K05
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K08
		2	aktywność na zajęciach	

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
PW	1	Czytanie wskazanej literatury	5	6
	2	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	10	15
		Suma godzin:	30	30
		Punkty ECTS:	1	1

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

1	Chmielewska A., Snopkiewicz J. (red.), Nowe supermedium. Współczesne oblicza telewizji i scenariusze przyszłości, Łódź 2023.
2	McLuhan M., Zrozumieć media. Przedłużenia człowieka, przeł. N. Szczucka, Warszawa 2004.
3	Ong W. J., Oralność i piśmienność. Słowo poddane technologii, przeł. J. Japola, Warszawa 2011.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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

STUDIA STACJONARNE				STUDIA NIESTACJONARNE			
Ćwiczenia		30		Ćwiczenia		18	
Razem		30		Razem		18	
Praca własna studenta		45		Praca własna studenta		57	
Razem		75		Razem		75	
ECTS		3		ECTS		3	

WYMAGANIA WSTĘPNE

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

CEL PRZEDMIOTU

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

KOD	OPIS	EFEKT
Wiedza		
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01
	W1.1 Posiada wiedzę z zakresu kultury języka zorientowaną na zastosowanie praktyczne w działalności kulturalnej i medialnej.	
W2	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.	K_W17
	W2.1 Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii medialnej.	
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu językoznawstwa i komunikowania się z mediami.	K_W18
	W3.1 Zna i rozumie terminologię z zakresu kultury języka.	
Umiejętności		
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.	K_U01
	U1.1 Dokonuje selekcji informacji w różnorodnych źródłach medialnych, poddając je analizie oraz ocenie.	

U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09	
	U2.1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim, osiągając zamierzone cele komunikacyjne.		
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10	
	U3.1	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu kultury języka.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Posiada gotowość do samodoskonalenia, rozumiejąc nieustanny rozwój zjawisk, które wchodzą w obszar zainteresowania kultury języka.		
K2	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06	
	K2.1	Wykorzystuje wiedzę oraz umiejętności z kultury języka w komunikacji w sposób etyczny.		
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09	
	K3.1	Tworzy komunikatywne przekazy medialne, wykorzystując wiedzę językową do właściwej analizy ich treści.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Definiowanie kultury języka.		2	1
2	Podstawowe pojęcia kultury języka – teksty, uzus, norma, system.		2	2
3	Kulturalnojęzykowe podstawy grzeczności językowej.		2	2
4	Estetyka i etyka słowa w dyskursie medialnym: szanse i zagrożenia.		2	1
5	Innowacje językowe i kryteria poprawności językowej w obliczu przeobrażeń medialnych.		2	1
6	Błędy językowe w przestrzeni medialnej.		2	2
7	Wybrane zagadnienia poprawności interpunkcyjnej.		2	1
8	Wybrane zagadnienia poprawności ortograficznej.		2	1
9	Wybrane zagadnienia poprawności komunikacyjnej – właściwości komunikacji w Internecie.		2	1
10	Zróżnicowanie stylistyczne i terytorialne polszczyzny.		2	1
11	Poprawność leksykalna – wyrazy modne.		2	1
12	Współczesna norma frazeologiczna.		2	1
13	Kończówki żeńskie w polszczyźnie a dyskusje w mediach.		2	1
14	Mowa nienawiści a hejt w przestrzeni medialnej.		2	1
15	Popularyzacja kultury języka w mediach - programy radiowe, TV, blogi, działania w sferze mediów społecznościowych.		2	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Narzędzia: komputer, rzutnik, filmy dydaktyczne, prezentacje multimedialne. Pomoce: publikacje naukowe i popularnonaukowe, strony internetowe, kanały YouTube poświęcone kulturze języka.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Wykonywanie ćwiczeń pisemnych i prezentacji multimedialnych, aktywność - podczas zajęć. Na zakończenie zajęć - egzamin ustny.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	

		Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1	egzamin ustny	K_W01		
		2	prezentacja multimedialna			
		3	aktywność na zajęciach			
W2	W2.1	1	egzamin ustny	K_W17		
		2	prezentacja multimedialna			
		3	aktywność na zajęciach			
W3	W3.1	1	egzamin ustny	K_W18		
		2	prezentacja multimedialna			
		3	aktywność na zajęciach			
		Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	prezentacja multimedialna	K_U01		
		2	aktywność na zajęciach			
U2	U2.1	1	egzamin ustny	K_U09		
		2	prezentacja multimedialna			
		3	aktywność na zajęciach			
U3	U3.1	1	egzamin ustny	K_U10		
		2	prezentacja multimedialna			
		3	aktywność na zajęciach			
		Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	prezentacja multimedialna	K_K01		
		2	aktywność na zajęciach			
K2	K2.1	1	prezentacja multimedialna	K_K06		
		2	aktywność na zajęciach			
K3	K3.1	1	prezentacja multimedialna	K_K09		
		2	aktywność na zajęciach			
FORMY OCENY						
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:						
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów			4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów			4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów			5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:						
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte			
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami			
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić			
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym			
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami			
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane			
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA						
		Forma aktywności			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem			30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć			10	10
	2	Czytanie wskazanej literatury			15	20
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.			10	17
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia			10	10
		Suma godzin:			75	75
		Punkty ECTS:			3	3
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Jadacka H., Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2008.					
2	Karpowicz T., Kultura języka polskiego. Wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2018.					

3	Markowski A., Kultura języka polskiego. Teoria. Zagadnienia leksykalne, Warszawa 2020.
Uzupełniająca	
1	Naruszewicz-Duchlińska A., Kultura zachowań językowych w internecie, Warszawa 2019.
2	Wędzińska M., Hejt i mowa nienawiści jako nieprawidłowości komunikacji w sieci, "Rocznik Towarzystwa Naukowego Płockiego", nr 14/2022, s. 403-432.
3	Wileczek A., Współczesna młodomowa. Lingwistyczno-kulturowe konceptualizacje zjawiska, "Educatio Nova", nr 6/2021, s. 185-206.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Analiza zawartości nowych mediów								Kod przedmiotu		24	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Humanistyczny									
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		V				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO5	2					9	ZO5	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
		Razem		50					Razem		50		
		ECTS		2					ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Wiedza podstawowa z zakresu reklamy, nowych mediów, wykorzystania niestandardowych elementów reklamowych													
CEL PRZEDMIOTU													
Zapoznanie studentów z podstawami komputerowych technik multimedialnych z uwzględnieniem zagadnień percepcji słuchowej i wzrokowej. Program ćwiczeń obejmuje szczegółowe omówienie zagadnień komputerowej rejestracji i przetwarzania dźwięków i obrazów, które składają się na nowoczesny przekaz multimedialny.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.											K_W12	
	W1.1	Zna i rozumie aparat badawczy potrzebny do analizy zawartości mediów.											
Umiejętności													
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.											K_U02	
	U1.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do analizy zawartości mediów - oceny ich wartości, poziomu przekazu, funkcjonowania.											
U2	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.											K_U03	
	U2.1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować badanie zawartości mediów i wykorzystać je do działalności kulturalnej i medialnej.											
Kompetencje													
K1	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.											K_K06	

	K1.1	Analiza zawartości mediów dała mu świadomość tego, jak ważna jest etyka (w tym etyka języka) w tworzeniu materiałów medialnych.		
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.			K_K09
	K2.1	Jest gotowy do stałej dbałości o poziom techniczny i merytoryczny przygotowywanych przez siebie materiałów medialnych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Ćwiczenia			15	9
1	Analiza zawartości a strukturalna analiza treści – po co badać?		2	1
2	Analiza komunikatów i innych gatunków telewizyjnych pod kątem wywierania wpływu.		2	1
3	Podstawowe elementy strukturalne przekazu – znaczenie tytułu audycji telewizyjnej.		2	1
4	Analiza informacyjnych audycji telewizyjnych: jeden temat, różne sposoby interpretacji – osiągnięcie 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
METODY DYDAKTYCZNE				
Podręczniki i literatura uzupełniająca oraz fachowa prasa (wiarygodność przekazów medialnych). Analiza przekazów telewizyjnych w telewizji i internecie – dyskusja, studium przypadku. Przedstawienie prezentacji multimedialnych studentów na temat wiarygodności źródeł przekazu (internet, komputer, projektor).				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Aktywność (udział w dyskusjach) i obecność na zajęciach. Dobór materiału do porównań oraz ich krytyczna ocena. Przygotowanie i przedstawienie prezentacji o dwóch wybranych audycjach traktujących ten sam temat na różne sposoby – prowadzenie dyskusji na temat intencji twórców.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	praca semestralna	K_W12
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	praca semestralna	K_U02
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	praca semestralna	K_U03
		2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	praca semestralna	K_K06
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	praca semestralna	K_K09
		2	aktywność na zajęciach	
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami	

dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	6	6
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	5	9
	4	Przygotowanie pracy semestralnej	7	9
	5	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	7	7
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład				15			Wykład				9		
Razem				15			Razem				9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
Razem				50			Razem				50		
ECTS				2			ECTS				2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Student ma już w miarę ugruntowaną wiedzę na temat rodzajów mediów i ich funkcjonowania, w tym nowych mediów.													
CEL PRZEDMIOTU													
Celem przedmiotu jest poznanie i zrozumienie istoty metod badań medioznawczych.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.											K_W01	
	W1.1	Zna praktyczne zastosowania metod naukowych w badaniach nad mediami i komunikacją społeczną i medialną.											
W2	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.											K_W07	
	W2.1	Zna systemy badań nad mediami w podziale na poszczególne medium, zna specyfikę i wagę badań medioznawczych.											
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.											K_W12	
	W3.1	Zna metody jakościowe i ilościowe w badaniu mediów, wie, czym jest badanie treści i zawartości. Zna metodologię badań medioznawczych w podziale na poszczególne medium.											
Umiejętności													
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.											K_U02	
	U1.1	Potrafi wykorzystać poznane metody badań do przeprowadzenia analizy mediów.											
U2	Potrafi prowadzić prace badawcze pod kierunkiem opiekuna oraz prace projektowe i warsztatowe związane ze sferą działalności kulturalnej, społecznej i medialnej, w tym z zakresu sztuk filmowych i teatralnych.											K_U04	

	U2.1	Potrafi stworzyć scenariusz ankiety, zbudować hipotezę badawczą i dostosować do niej potrzebne narzędzia badawcze.			
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10		
	U3.1	Potrafi opisywać zjawiska medialne za pomocą poznanej terminologii z zakresu badań medioznawczych.			
Kompetencje					
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01		
	K1.1	Dzięki uzyskanej świadomości tego, jak ważne są badania medioznawcze w ocenie zjawisk medialnych widzi zasadność doskonalenia poznanych metod.			
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05		
	K2.1	Widząc, jak szeroką i złożoną nauką jest medioznawstwo, a także widząc wyniki prac medioznawczych, jest gotowy do uznania tego, jak ważna jest umiejętność obiektywnej oceny przekazu medialnego i jak wielki ma to wpływ na kształtowanie więzi społecznych.			
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.		K_K06		
	K3.1	Ma świadomość etycznej odpowiedzialności badacza i jest gotowy do rzetelnej, jak najbardziej obiektywnej pracy nad tym, aby tworzony przez niego przekaz medialny był wartościowy i profesjonalny.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT			15	9	
Wykład			15	9	
1	Naukowy a potoczny obraz świata. Nauka o metodach badań naukowych.		2	1	
2	Hipoteza badawcza i sposoby jej zbadania		2	1	
3	Metody ilościowe i jakościowe. Prezentacja głównych strategii badań ilościowych i jakościowych		2	2	
4	Zasady tworzenia ankiety		3	2	
5	Triangulacja w badaniach medioznawczych		2	1	
6	Przegląd głównych zastosowań badań medioznawczych w nowych mediach		4	2	
METODY DYDAKTYCZNE					
Wskazana literatura przedmiotu; prezentacje multimedialne; badania medioznawcze z oficjalnych stron agencji medioznawczych.					
KRYTERIA OCENY					
Wykład					
Kolokwium ustne					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS		EFEKT		
		Wiedza	Wykład		
W1	W1.1	1	kolokwium ustne		
		2	aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1	kolokwium ustne		
		2	aktywność na zajęciach		
W3	W3.1	1	kolokwium ustne		
		2	aktywność na zajęciach		
		Umiejętności		Wykład	
U1	U1.1	1	praca semestralna		
		2	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	praca semestralna		

U2	U2.1	2	aktywność na zajęciach	K_U07	
U3	U3.1	1	praca semestralna	K_U10	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Wykład					
K1	K1.1	1	kolokwium ustne	K_K01	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach	K_K05	
K3	K3.1	1	kolokwium ustne	K_K06	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		10	11
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	10
	3	Przygotowanie pracy semestralnej		10	10
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		5	10
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Gackowski T., Metodologie badań medioznawczych, Aspra, Warszawa 2014.				
2	Taylor L., Medioznawstwo : teksty, instytucje i odbiorcy, Kraków 2006.				
Uzupelniająca					
1	Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.				
2	Sokołowski M. (red.), Media i społeczeństwo: nowe strategie komunikacyjne, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2008.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład				15			Wykład				9		
Razem				15			Razem				9		
Praca własna studenta				10			Praca własna studenta				16		
Razem				25			Razem				25		
ECTS				1			ECTS				1		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Podstawy wiedzy społecznej													
CEL PRZEDMIOTU													
Zapoznanie studentów z nowym zagrożeniem w cyberprzestrzeni i potrzebą badań tego zjawiska. Ponadto kształtowanie perspektywy socjologicznej w rozsądnym rozumieniu i bezpiecznego korzystania z Internetu.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Zna i rozumie media - ich zalety, ale i zagrożenia, jakie niosą.											
W2	Zna i rozumie naukę o człowieku jako podmiocie komunikowania społecznego oraz twórcy kultury, pogłębiając w odniesieniu do jego roli w mediach, promocji i reklamie, w tym naukę o metodach diagnozowania jego potrzeb i oceny jakości usług medialnych.											K_W11	
	W2.1	Zna i rozumie naukę o człowieku w kontekście cyberzagrożeń.											
Umiejętności													
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.											K_U02	
	U1.1	Potrafi wykorzystać tę wiedzę do własnej profilaktyki, a także do etycznego i odpowiedzialnego korzystania ze świata cyfrowego.											
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.											K_U11	
	U2.1	Potrafi posługiwać się terminologią z zakresu cyberzagrożeń.											
Kompetencje													
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.											K_K01	

K1	K1.1	Ze względu na szybko zmieniającą się technologię widzi sens stałego doskonalenia się w problematyce cyberzagrożeń.		K_K01
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05
	K2.1	Jest świadomy wpływu technologii cyfrowych na życie pojedynczego człowieka, jak i całych społeczeństw.		
K3	Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.			K_K06
	K3.1	Jest gotowy do odpowiedzialnej działalności w sferze mediów cyfrowych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Wprowadzenie do przedmiotu. Przedstawienie tematyki i wymagań zaliczeń.		1	1
2	Geneza Internetu. Przesłanki przemian technologii info-komunikacyjnych.		2	2
3	Wychowawcze i demoralizujące czynniki związane z Internetem.		2	2
4	Przemoc wirtualna. Jej skutki i przeciwdziałanie.		2	0
5	Ciemna strona sieci. Uzależnienia od Internetu.		2	2
6	Niebezpieczeństwa gier komputerowych. Społeczny odbiór gier i ich znaczenie.		2	0
7	Patologie w cyberprzestrzeni jako problem społeczny.		2	2
8	Fonoholizm jako nowe uzależnienie wśród nastolatków.		2	0
METODY DYDAKTYCZNE				
Metody podające. Programowe, prezentacje multimedialne, materiały informacyjne, filmy dydaktyczne.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Aktywność, kolokwium z wiedzy.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	kolokwium ustne	K_W02
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium ustne	K_W11
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	kolokwium ustne	K_U02
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	kolokwium ustne	K_U11
		2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1	kolokwium ustne	K_K01
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	kolokwium ustne	K_K05
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	kolokwium ustne	K_K06
		2	aktywność na zajęciach	
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	

dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć	10	16
		Suma godzin:	25	25
		Punkty ECTS:	1	1

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)		Gatunki internetowe										Kod przedmiotu		27			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny							
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia					Profil studiów			praktyczny							
Kierunek studiów		Nowe Media					Specjalność										
Moduł kształcenia		Kierunkowy					Język wykładowy			polski							
Semestr		II					Forma zaliczenia			Egzamin							
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia						Wykład			Ćwiczenia					
15	E2	2							9	E2	2						
			15	ZO2	1							9	ZO2	1			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			15			Wykład			9								
Ćwiczenia			15			Ćwiczenia			9								
Razem			30			Razem			18								
Praca własna studenta			45			Praca własna studenta			57								
Razem			75			Razem			75								
ECTS			3			ECTS			3								
WYMAGANIA WSTĘPNE																	
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.																	
CEL PRZEDMIOTU																	
Zapoznanie z podstawowymi gatunkami internetowymi: czat, blog, strona www, e-mail, SMS. Zaznajomienie z wybranymi koncepcjami dotyczącymi komunikowania w Internecie. Kształtowanie wiedzy na temat przebiegu i cech specyficznych komunikowania za pośrednictwem Internetu.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD	OPIS													EFEKT			
Wiedza																	
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.													K_W02			
	W1.1	Zna historyczny i społeczny dyskurs związany z Internetem. Rozumie praktyczne zastosowanie.															
W2	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.													K_W08			
	W2.1	Rozpoznaje gatunki internetowe.															
Umiejętności																	
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.													K_U07			
	U1.1	Rozpoznaje i nazywa gatunki internetowe, potrafi je analizować, stosując adekwatne metody.															
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.													K_U10			
	U2.1	Potrafi stosować adekwatne do komunikacji medialnej słownictwo.															
Kompetencje																	

K1	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		K_K05	
	K1.1	Ma świadomość oddziaływania mediów.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Internet jako 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
1	SMS - wyznaczniki gatunku.		2	0
2	Tytuły w tekstach internetowych – zasady przygotowania.		5	1
3	Bлоги, 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
METODY DYDAKTYCZNE				
Komputer, smartfon, tablet, kamera, dyktafon cyfrowy, aparat fotograficzny, mikrofony.				
KRYTERIA OCENY				
Wykład				
Egzamin praktyczny.				
Ćwiczenia				
Aktywność, projekt adekwatny do tematyki zajęć i założonych efektów.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
Wiedza			Wykład	
W1	W1.1	1 egzamin praktyczny	K_W02	
W2	W2.1	1 egzamin praktyczny	K_W08	
Umiejętności			Wykład	
U1	U1.1	1 egzamin praktyczny	K_U07	
U2	U2.1	1 egzamin praktyczny	K_U10	
Kompetencje			Wykład	
K1	K1.1	1 egzamin praktyczny	K_K05	
Wiedza			Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 projekt	K_W02	
		2 aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1 projekt	K_W08	
		2 aktywność na zajęciach		
Umiejętności			Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	K_U07	
		2 aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1 projekt	K_U10	

U2	U2.1	2	aktywność na zajęciach		K_U10	
Kompetencje Ćwiczenia						
K1	K1.1	1	projekt			
		2	aktywność na zajęciach			
K_K05						
FORMY OCENY						
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:						
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów			4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów			4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów			5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:						
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte			
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami			
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić			
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym			
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami			
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane			
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA						
		Forma aktywności			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem			30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć			10	22
	2	Przygotowanie projektu			15	15
	3	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia			20	20
		Suma godzin:			75	75
		Punkty ECTS:			3	3
LITERATURA						
Podstawowa						
1	Grzenia J., Komunikacja językowa w internecie, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2022.					
2	Wolny-Zmorzyński K., Furman W., Internetowe gatunki dziennikarskie, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010.					
Uzupełniająca						
1	Bauer Z., Chudziński E. (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.					
2	Olszański L., Media i dziennikarstwo internetowe, Poltext 2012.					
3	Podracki J., Wolańska E., Język w mediach elektronicznych, Warszawa 2008.					

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład					15			Wykład					9		
Ćwiczenia					15			Ćwiczenia					9		
Razem					30			Razem					18		
Praca własna studenta					45			Praca własna studenta					57		
Razem					75			Razem					75		
ECTS					3			ECTS					3		
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim, umiejętność selekcji materiału, znajomość podstawowych zasad poprawności językowej.															
CEL PRZEDMIOTU															
Celem zajęć jest zapoznanie studentów z wyznacznikami najważniejszych gatunków informacyjnych i publicystycznych (w dziennikarstwie prasowym). Spośród gatunków informacyjnych najwięcej uwagi poświęci się informacji prostej i informacji złożonej oraz sprawozdaniu i relacji. W przypadku gatunków publicystycznych będą to komentarz, felieton, artykuł publicystyczny, różne rodzaje reportaży, wywiad, esej i recenzja.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD		OPIS												EFEKT	
Wiedza															
W1		Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).												K_W03	
W1.1		Zna wyznaczniki terminologiczne z zakresu prasy.													
W2		Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.												K_W08	
W2.1		Rozróżnia gatunki prasowe, potrafi wskazać ich nazwę i wyznaczniki na konkretnych przykładach.													
Umiejętności															
U1		Potrafi odnaleźć pożądaną informację w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.												K_U01	
U1.1		Potrafi wyszukać, przeanalizować, dokonać selekcji, ocenić przydatność i wykorzystać informacje.													
U2		Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.												K_U07	

	U2.1	Potrafi rozpoznać, nazwać, zanalizować, zinterpretować i umiejscowić poszczególne gatunki prasowe.	
Kompetencje			
K1	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09
	K1.1	Ma świadomość konieczności dbania o kulturę i etykę wypowiedzi oraz konieczności tworzenia komunikatywnych przekazów.	
TREŚCI KSZTAŁCENIA			
TEMAT			30
Wykład			15
			18
			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			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
METODY DYDAKTYCZNE			
Przykładowe teksty z dziennikarstwa prasowego. Prezentacje multimedialne.			
KRYTERIA OCENY			
Wykład			
Kolokwium ustne.			
Ćwiczenia			
Pisemne lub praktyczne kolokwium zaliczeniowe, obejmujące weryfikację znajomości wyznaczników gatunków prasowych i umiejętności pisanie tekstu mieszczącego się w konkretnym gatunku prasowym.			
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ			
KOD	OPIS		EFEKT
	Wiedza		
	Wykład		
W1	W1.1	1 kolokwium ustne	K_W03
W2	W2.1	1 kolokwium ustne	K_W08
Umiejętności		Wykład	

U1	U1.1	1	kolokwium ustne	K_U01	
U2	U2.1	1	kolokwium ustne	K_U07	
Kompetencje Wykład					
K1	K1.1	1	kolokwium ustne	K_K09	
Wiedza Ćwiczenia					
W1	W1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W03	
		2	aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W08	
		2	aktywność na zajęciach		
Umiejętności Ćwiczenia					
U1	U1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U01	
		2	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U07	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K09	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć		10	22
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		25	25
		Suma godzin:		75	75
		Punkty ECTS:		3	3
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Kaczmarczyk M., Gatunki prasowe w praktyce. Ćwiczenia warsztatowe dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, Sosnowiec 2006.				
2	Wojtak M., Analiza gatunków prasowych. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i kierunków pokrewnych, Lublin 2008.				
Uzupełniająca					
1	Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2005.				
2	Hennessy B., Dziennikarstwo publicystyczne, przeł. A. Sadza, Kraków 2009.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
		Razem		50					Razem		50		
		ECTS		2					ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku polskim.													
CEL PRZEDMIOTU													
Przekazanie wiedzy na temat publicystycznych gatunków radiowych. Wykształcenie umiejętności przekonującego mówienia i właściwej prezentacji przed mikrofonem. Na zajęciach charakteryzowane są gatunki publicystyczne, przedstawiana jest też historia i współczesność polskiej publicystyki radiowej. Omawiane są też związki retoryki z publicystyką. Studenci uczą się jasno, precyzyjnie i przekonująco wyrażać swoje zdanie na forum publicznym. Mają również okazję poznać warsztat pracy publicysty radiowego.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Posiada wiedzę w zakresie historycznego rozwoju gatunków radiowych.											
	W1.2	Rozumie podział rynku radiowego ze względu na: zasięg, sposób finansowania, treści, odbiorców, formaty stacji radiowych.											
	W1.3	Zna strukturę rynku radiowego w Polsce.											
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.											
	W2.2	Zna strukturę personalną redakcji radiowej.											
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.											K_W08	
	W3.1	Zna i rozumie typologię gatunków radiowych oraz ich zastosowanie w praktyce medialnej.											
Umiejętności													
	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.												

U1	U1.1	Dokonuje wyboru informacji związanych z rozwojem radia oraz potrafi dokonać ich analizy.	K_U01
	U1.2	Potrafi dokonać weryfikacji oraz selekcji zdobywanych informacji.	
U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02
	U2.1	Wykorzystuje wiedzę teoretyczną na temat ewolucji gatunków radiowych w praktyce.	
U3	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.		K_U07
	U3.1	Rozpoznaje, klasyfikuje i nazywa typowe gatunki radiowe, dokonuje ich analizy i interpretacji, umiejscawiając w odpowiednim kontekście.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02
	K1.1	Dokonuje samokształcenia i poszerza swoje wiadomości oraz umiejętności na temat najnowszych zmian w obrębie gatunków dziennikarskich.	
	K1.2	Jest gotowy do redagowania różnych form dziennikarskich radiowych.	
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
	K2.1	Odnosi zdobytą wiedzę na temat gatunków radiowych do projektowania działań zawodowych.	
	K2.2	Posiada umiejętność samodzielnego nagrania i zmontowania zredagowanej treści.	
K3	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08
	K3.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do praktyki zawodowej związanej z mediami, szczególnie w aspekcie radiowym.	
	K3.2	Jest gotowy do wykorzystywania zdobytej wiedzy i umiejętności na rzecz społeczności lokalnej.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		15	9
Ćwiczenia		15	9
1	Struktura rynku radiowego w Polsce. Podział rynku radiowego ze względu na: zasięg, sposób finansowania, treści, odbiorców, formaty stacji radiowych. Charakterystyka języka radiowego: język dziennikarzy radiowych jako język mówiony; rola dźwięku w przekazie radiowym. Struktura personalna redakcji radiowej.	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), sonda, wywiad, 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. Ćwiczenia z relacjonowania wydarzeń.	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
METODY DYDAKTYCZNE				
komputer, rzutnik, wi-fi, program do montażu materiałów audio, dyktafon, sala z wygłuszonymi ścianami oraz profesjonalnym sprzętem do nagrywania.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Kolokwium pisemne pytania zamknięte z wiedzy teoretycznej. Weryfikacja wiedzy praktycznej: wybór dwóch gatunków i nagranie materiału adekwatnego do stylistyki tego gatunku.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	kolokwium pisemne pytania zamknięte	K_W02
		2	aktywność na zajęciach	
	W1.2	1	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		2	aktywność na zajęciach	
	W1.3	1	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach	K_W03
	W2.2	1	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	projekt	K_W08
		2	aktywność na zajęciach	
Umiejętności		Ćwiczenia		
U1	U1.1	1	projekt	K_U01
		2	aktywność na zajęciach	
	U1.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach	K_U02
U3	U3.1	1	projekt	K_U07
		2	aktywność na zajęciach	
Kompetencje		Ćwiczenia		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K02
	K1.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	projekt	K_K03
		2	aktywność na zajęciach	
	K2.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	projekt	K_K08
		2	aktywność na zajęciach	
	K3.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami	

dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	5	9
	2	Czytanie wskazanej literatury	5	6
	3	Przygotowanie projektu	20	20
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	5	6
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2

LITERATURA

Podstawowa

1	Bauer Z., Chudziński E., Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.
2	Dimitrijević I., Laboratorium Reportażu, Warszawa 2017.
3	Dzierżyńska-Mielczarek J., Rynek mediów w Polsce. Zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych, Warszawa 2018.
4	Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe : teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa 2006.
5	Kita M., Loewe I., Język w radiu. Antologia, Katowice 2020.
6	Kowalska-Elkader N., Historie eksperymentalne : Szkice o gatunkach radia artystycznego, Łódź 2020.
7	Loewe I., Język w mediach: Antologia, Katowice 2014.
8	Michalak K., Dźwięk bez fikcji. O radiowym reportażu artystycznym, Warszawa 2023.
9	Pawlik A., Teatr radiowy i jego gatunki, Toruń 2014.
10	Wolny-Zmorzyński K., Gatunki dziennikarskie w erze cyfryzacji, Toruń 2021.

Uzupełniająca

1	Beliczyński J., Radio jako obiekt zarządzania, Kraków 2005.
2	Białek M., The tradition of polish radio reportage : in the circle of audio literature, 2021. [dostęp Academica]
3	Chmielewski P., Komunikacja w radiu finansowanym przez społeczność. Przypadek internetowej stacji Radio 357, "Studia Medioznawcze", 2023, t. 24, nr 2 (93), s. 153–164.
4	Czarnek-Wnuk P. (red.), Nacewska Z. (red.), Wyrębski R. (red.), Zjawiska propagandy i manipulacji w prasie, telewizji, radiu i Internecie, Łódź 2022.
5	Czarnek-Wnuk P. (red.), Nacewska Z. (red.), Zjawiska propagandy i manipulacji w prasie, telewizji, radiu i Internecie, t. 2, Łódź 2023.
6	Czarnek-Wnuk P., Elementy rozrywki w muzycznej audycji towarzyszącej na przykładzie programów z wybranych rozgłośni komercyjnych, 2017. [dostęp Academica]
7	Czarnek-Wnuk P., Rola prowadzącego programy rozrywkowe w rozgłoszeniach komercyjnych, 2019. [dostęp Academica]
8	Jeziński M., Autorska audycja radiowa jako forma rytuału = Authors radio broadcast as a form of ritual, 2017. [dostęp Academica]
9	Kempa P., Radio Eska Wrocław - zarządzanie stacją : od Radia Solidarność do sukcesu komercyjnego, 2011. [dostęp Academica]
10	Magdoń A., Reporter i jego warsztat, Kraków 2000.
11	Misiak T., Kulturotwórcza rola Radia Afera, 2017. [dostęp Academica]
12	Myśliński J., 90 lat Polskiego Radia, 2015. [dostęp Academica]
13	Nierenberg B., Sternicy mediów, Warszawa 2023.
14	Pawlik A., O autorstwie tekstów audialnych w teatrze radiowym, 2013. [dostęp Academica]
15	Sowuła G., Polskie Radio na pasku BBC, 2020. [dostęp Academica]

16	Stachyra G., Podcasting w perspektywie specyfiki produkcji radiowej, 2016. [dostęp Academica]
17	Szews P., Radio Eska Łódź, czyli lokalne radio sieciowe, 2015. [dostęp Academica]
18	Wielopolska-Szymura M., Dwójka, radio z kulturą : o kulturotwórczej misji Programu II Polskiego Radia : ujęcie monograficzne, 2016. [dostęp Academica]
19	Wielopolska-Szymura M., Rozgłoszenie BBC World Service, Radio France Internationale i Voice of America w komunikowaniu międzynarodowym. Od propagandy do dyplomacji publicznej, Katowice 2019.
20	Zwolińska B., Na początku był dźwięk. Twórczość radiowa Feliksa Netza, Gdańsk 2014.
21	Żurakowska M., Literatura w radiu : gatunki, szanse, zagrożenia : na przykładzie rozgłośni regionalnych, 2017. [dostęp Academica]

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Gatunki telewizyjne								Kod przedmiotu		30	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Humanistyczny									
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		III				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO3	2					9	ZO3	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
		Razem		50					Razem		50		
		ECTS		2					ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Wiedza ogólna o języku polskim oraz telewizji.													
CEL PRZEDMIOTU													
Przekazanie wiedzy na temat informacyjnych, publicystycznych i informacyjno-publicystycznych gatunków telewizyjnych. Historia i współczesność polskiej publicystyki telewizyjnej. Związki retoryki z publicystyką.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Zna i rozumie specyfikę mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).											
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).											K_W03	
	W2.1	Rozumie podstawowe terminy charakterystyczne dla mediów.											
W3	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.											K_W08	
	W3.1	Rozróżnia cechy charakterystyczne gatunków wypowiedzi.											
Umiejętności													
U1	Potrafi rozpoznawać i nazywać typowe gatunki dziennikarskie, dokonać ich analizy i interpretacji, podczas analizy i interpretacji stosuje poznane metody, pozwalające odkryć znaczenia oraz umiejscowić tekst w odpowiednim kontekście.											K_U07	
	U1.1	Wykorzystuje wiedzę na temat gatunków dziennikarskich, aby określić treść i znaczenie zawartych w nich komunikatów.											
Kompetencje													
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.											K_K02	
	K1.1	Wykorzystując nabytą wiedzę potrafi formułować komunikaty za pomocą różnych gatunków telewizyjnych.											

K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03	
	K2.1	Rozumie praktyczne zastosowanie gatunków telewizyjnych w relacjach społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.		
K3	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K3.1	Podjmuje 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
METODY DYDAKTYCZNE				
Podręczniki i literatura uzupełniająca. Fachowa prasa z dziedziny mediów (Press). Analiza charakterystycznych przykładów gatunków telewizyjnych (Internet). Studenci przedstawiają prezentację multimedialne (z interaktywnymi linkami) oraz krótkie audycje filmowe na temat wybranych gatunków telewizyjnych (rzutnik, komputery).				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Aktywność, udział w dyskusjach na temat wybranych audycji z charakterystycznymi cechami gatunków telewizyjnych. Ocena umiejętności rozróżniania gatunków telewizyjnych. Przygotowanie i przedstawienie prezentacji (filmu) na temat wybranych gatunków telewizyjnych. Rozmowa na zaliczenie z oceną.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
	Wiedza Ćwiczenia			
W1	W1.1	1 praca semestralna	K_W02	
		2 aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1 praca semestralna	K_W03	
		2 aktywność na zajęciach		
W3	W3.1	1 aktywność na zajęciach	K_W08	
		Umiejętności Ćwiczenia		
U1	U1.1	1 praca semestralna	K_U07	
		2 aktywność na zajęciach		
		Kompetencje Ćwiczenia		
K1	K1.1	1 praca semestralna	K_K02	
		2 aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1 praca semestralna	K_K03	
		2 aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1 aktywność na zajęciach	K_K01	
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów

3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		5	8
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		6	9
	4	Przygotowanie pracy semestralnej		8	8
	5	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		6	6
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Bauer Z., Chudziński E. (red.), Dziennikarstwo i świat mediów, Kraków 2000.				
2	Godzic W., Telewizja i jej gatunki, Kraków 2004.				
Uzupelniająca					
1	Boyd A., Stewart P., Alexander R., Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, przeł. A. Sadza, Kraków 2011.				
2	Godzic W. (red.), 30 najważniejszych programów TV w Polsce, Warszawa 2005.				
3	Jenkins H., Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów, przeł. M. Bernatowicz i M. Filiciak, Warszawa 2007.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Podstawy fotografii I								Kod przedmiotu		31	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny											
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		I				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO1	2					9	ZO1	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
		Razem		50					Razem		50		
		ECTS		2					ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Brak.													
CEL PRZEDMIOTU													
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Ma wiedzę w zakresie podstaw historii fotografii. Rozpoznaje przykłady znanych dzieł fotografów.											
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).											K_W03	
	W2.1	Zna zasady działania aparatu fotograficznego.											
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.											K_W06	
	W3.1	Ma wiedzę w zakresie doboru parametrów do wykonania poprawnego zdjęcia.											
Umiejętności													
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.											K_U01	
	U1.1	Umie identyfikować i eliminować najczęstsze błędy spotykane w fotografii.											

U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02		
	U2.1	Student potrafi posługiwać się aparatem fotograficznym i samodzielnie wykonać fotografię.			
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10		
	U3.1	Potrafi dobrać odpowiedni obiektyw do rodzaju wykonywanej fotografii.			
Kompetencje					
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01		
	K1.1	Student jest przygotowany do posługiwania się fotografią na użytek własny i dalszego kształcenia na wyższych poziomach nauczania.			
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03		
	K2.1	Zna i szanuje prawo autorskie.			
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07		
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA					
TEMAT			15	9	
Ćwiczenia			15	9	
1	Rys historyczny fotografii.		1	1	
2	Budowa aparatu fotograficznego, podstawowe funkcje i posługiwanie się nim. Różnice w rejestracji obrazu a widzeniu oka ludzkiego.		3	2	
3	Trójkąt ekspozycji - odpowiedni dobór ekspozycja za pomocą czasu, przysłony i czułości w aparacie fotograficznym.		5	2	
4	Metody i techniki pomiaru oświetlenia.		3	2	
5	Podział i różne typy obiektywów – długość ogniskowej, otwór względny obiektywu, zdolność rozdzielcza obiektywu.		3	2	
METODY DYDAKTYCZNE					
Wprowadzenie i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabędą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki) . Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne) .					
KRYTERIA OCENY					
Ćwiczenia					
Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD	OPIS		EFEKT		
	Wiedza		Ćwiczenia		
W1	W1.1	1 aktywność na zajęciach	K_W02		
W2	W2.1	1 aktywność na zajęciach	K_W03		
W3	W3.1	1 projekt	K_W06		
		2 aktywność na zajęciach			
		Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 aktywność na zajęciach	K_U01		

U2	U2.1	1	projekt	K_U02	
		2	aktywność na zajęciach		
U3	U3.1	1	projekt	K_U10	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01	
K2	K2.1	1	projekt	K_K03	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	projekt	K_K07	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć		5	5
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	8
	3	Przygotowanie projektu		25	28
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Feininger A., Nauka o fotografii, Warszawa 1987.				
2	Hedgecoe J., Nowy podręcznik fotografii, tłum. K. Wojciechowski, Arkady Warszawa 2005.				
3	McWhinnie A., Fotografia podręcznik, Warszawa 2004.				
Uzupełniająca					
1	Bavister S., Fotografia cyfrowa dla początkujących bez udiwnień i zawiłości, Kraków 2000.				
2	Brauchitsch von B., Mała historia fotografii, tłum. J. Koźbiał i B. Tarnas, Cyklady, Warszawa 2004.				
3	Plater-Zyberk M., Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Podstawy fotografii II								Kod przedmiotu		32	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Humanistyczny									
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		II				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		15	ZO2	2					9	ZO2	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		15					Ćwiczenia		9		
		Razem		15					Razem		9		
Praca własna studenta				35			Praca własna studenta				41		
		Razem		50					Razem		50		
		ECTS		2					ECTS		2		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Wiedza nabyta w pierwszym semestrze Podstaw fotografii													
CEL PRZEDMIOTU													
<p>Zajęcia mają na celu nabycia u studentów praktycznych umiejętności podstaw fotografowania. Umiejętności samodzielnego i świadomego wykorzystywania technik fotograficznych do realizacji projektów, zarówno autorskich, jak i w praktyce zawodowej. Nabywanie umiejętności świadomego posługiwania się zapisem fotograficznym do celów wyrażania intencjonalnych treści. Nabywanie umiejętności aktywnego stosunku do aranżacji obiektów fotograficznych i inscenizowania obrazu tworzącego kadr fotograficzny. Nabycie umiejętności kwalifikowania przykładowych kadrów fotograficznych do odpowiednich obszarów fotografii celem świadomej kreacji stylistycznej w swojej własnej pracy.</p>													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Ma wiedzę jak dobrać odpowiedni sprzęt fotograficzny do wykonywania zadanego rodzaju fotografii.											
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).											K_W03	
	W2.1	Posiada wiedzę na temat kompozycji obrazu.											
W3	Ma wiedzę w zakresie techniki i technologii fotografii cyfrowej; interpretacji pojęcia fotografii w sztuce oraz jego konotacji we współczesnej kulturze.											K_W06	
	W3.1	Ma wiedzę o przygotowaniu studia do wykonywania w nim fotografii.											
Umiejętności													
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.											K_U01	
	U1.1	Potrafi dobrać osprzęt i parametry aparatu do uzyskania zadanych efektów na zdjęciu.											

U2	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.		K_U02	
	U2.1	Rozpoznaje rodzaje kompozycji i potrafi je nazwać i zastosować.		
U3	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.		K_U10	
	U3.1	Samodzielnie potrafi pracować w studio fotograficznym, dobierać rodzaje oświetlenia i modyfikatorów do wykonywania zadanych prac fotograficznych.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Dostrzega konieczność ciągłego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu fotografii.		
K2	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03	
	K2.1	Postrzega fotografię jako narzędzie, które można wprowadzić w obszar działań plastycznych i kreacji wykonywanego dzieła.		
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07	
	K3.1	Jest gotowy do stosowania fotografii zgodnie z zasadami etyki i poszanowania prywatności osób fotografowanych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Ćwiczenia			15	9
1	Głębia ostrości - przysłona jako narzędzie do uzyskania odpowiedniej plastyki obrazu. Perspektywa w fotografii.		4	2
2	Zasady kompozycji obrazu.		4	2
3	Praca w studio fotograficznym. Lampy studyjne światła błyskowego i ciągłego. Balans bieli według wzorca. Rodzaje modyfikatorów oświetlenia.		7	5
METODY DYDAKTYCZNE				
Wprowadzenie i prezentacja jako wstęp do ćwiczeń dzięki którym studenci nabędą konkretne umiejętności praktycznych (komputer, rzutnik multimedialny, telewizor, głośniki). Praca w grupie z konkretnie postawionymi założeniami i celami (sprzęt fotograficzny potrzebny do realizacji danego ćwiczenia). Ćwiczenia w studio fotograficznym i plenerze (wyposażenie atelier fotograficznego, oświetlenie, statywy fotograficzne).				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. Omówienie i analiza pracy studenta oraz jej ocena. Procentowy udział w ocenie końcowej: 40%, aktywność na zajęciach, realizacja projektu, przeglądy robocze, 60% otwarty przegląd prac.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
	Wiedza		Ćwiczenia	
W1	W1.1	1 aktywność na zajęciach	K_W02	
W2	W2.1	1 projekt	K_W03	
		2 aktywność na zajęciach		
W3	W3.1	1 projekt	K_W06	
		2 aktywność na zajęciach		
	Umiejętności		Ćwiczenia	
U1	U1.1	1 projekt	K_U01	
		2 aktywność na zajęciach		

U2	U2.1	1	projekt	K_U02	
		2	aktywność na zajęciach		
U3	U3.1	1	projekt	K_U10	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach	K_K01	
K2	K2.1	1	projekt	K_K03	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	projekt	K_K07	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć		5	5
	2	Czytanie wskazanej literatury		5	8
	3	Przygotowanie projektu		25	28
		Suma godzin:		50	50
		Punkty ECTS:		2	2
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Feininger A., Nauka o fotografii, Warszawa 1987.				
2	Hedgecoe J., Nowy podręcznik fotografii, tłum. K. Wojciechowski, Arkady, Warszawa 2005.				
3	McWhinnie A., Fotografia podręcznik, Warszawa 2004.				
Uzupełniająca					
1	Bavister S., Fotografia cyfrowa dla początkujących bez użycia i zawiloci, Kraków 2000				
2	Brauchitsch von B., Mała historia fotografii, tłum. J. Koźbiał i B. Tarnas, Cyklady, Warszawa 2004.				
3	Plater-Zyberk M., Polska fotografia w XX wieku, Warszawa 2007.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH 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															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		15				Wykład		9							
Ćwiczenia		15				Ćwiczenia		9							
Razem		30				Razem		18							
Praca własna studenta		45				Praca własna studenta		57							
Razem		75				Razem		75							
ECTS		3				ECTS		3							
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Podstawowa znajomość oprogramowania Office.															
CEL PRZEDMIOTU															
Celem przedmiotu jest wyposażenie studenta w wiedzę teoretyczną z zakresu terminologii edytorskiej i typograficznej, w znajomość zasad przygotowywania publikacji w zależności od jej przeznaczenia, a także w umiejętność odpowiedniego formatowania tekstu i obrazu.															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS														EFEKT
Wiedza															
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.														K_W01
	W1.1	Zna i rozumie znaczenie i wartość edytorstwa pośród nauki o nowych mediach.													
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).														K_W03
	W2.1	Zna terminologię z zakresu edytorstwa i typografii.													
Umiejętności															
U1	Potrafi samodzielnie zaplanować i realizować typowe projekty i zadania związane ze sferą działalności kulturalnej i medialnej, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz wyników badań w tym zakresie.														K_U03
	U1.1	Potrafi zaplanować, zaprojektować, zrealizować projekt graficzny z zakresu edytorstwa (np. zin, ulotka, plakat, zaproszenie, okładka, itp.)													
U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.														K_U08
	U2.1	Potrafi operować terminologią z zakresu edytorstwa i typografii.													

Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02	
	K1.1	Jest gotowy do samodzielnego projektowania prac edytorskich.		
K2	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09	
	K2.1	Jest gotowy do tworzenia komunikatywnych projektów edytorskich, twórczych i estetycznych.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT		30	18	
Wykład		15	9	
1	Historia edytorstwa - historia pisma i obrazu jako elementu tekstu.		2	
2	Słownik typograficzny 1		2	
3	Słownik typograficzny 2		2	
4	Złoty podział i ciąg Fibonacciego w edytorstwie		2	
5	Zasady korekty edytorskiej		2	
6	Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji		1	
7	Estetyka w edytorstwie - przegląd publikacji		2	
8	Rodzaje ilustracji		2	
Ćwiczenia		15	9	
1	Układ tekstu i jego wpływ na komunikatywność publikacji		2	
2	Zasady składu tekstu w zależności od typu publikacji		2	
3	Podstawy programu Indesign		5	
4	Projektowanie krojów pisma		4	
5	Rodzaje ilustracji		2	
METODY 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				
Praca semestralna - zaprojektowanie tekstu z oprawą ilustracyjną lub / i projekt własnego kroju pisma. Aktywność i zaangażowanie podczas zajęć.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W01
		2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		3	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W03
		2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		3	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U03
		2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	
		3	aktywność na zajęciach	
		1	kolokwium pisemne pytania otwarte	

U2	U2.1	2	kolokwium pisemne pytania zamknięte	K_U08	
		3	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Wykład					
K1	K1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K02	
		2	kolokwium pisemne pytania zamknięte		
		3	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K09	
		2	kolokwium pisemne pytania zamknięte		
		3	aktywność na zajęciach		
Wiedza Ćwiczenia					
W1	W1.1	1	praca semestralna	K_W01	
		2	aktywność na zajęciach		
W2	W2.1	1	praca semestralna	K_W03	
		2	aktywność na zajęciach		
Umiejętności Ćwiczenia					
U1	U1.1	1	praca semestralna	K_U03	
		2	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	praca semestralna	K_U08	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	praca semestralna	K_K02	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	praca semestralna	K_K09	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		20	17
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	15
	3	Przygotowanie pracy semestralnej		10	15
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		5	10
		Suma godzin:		75	75
		Punkty ECTS:		3	3
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Mitchell M., Wightman S., Typografia książki. Podręcznik projektanta, tłum. D. Dziewońska, Kraków 2015.				
2	Mrowczyk J., Niewielki słownik typograficzny, wydawnictwo Czysty Warsztat, Warszawa 2008.				
3	Wolański A., Edycja tekstów. Praktyczny poradnik, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2008.				
Uzupełniająca					

1	Bringhurst R., Elementarz stylu w typografii, tłum. D. Dziewońska, Kraków 2018.
2	Cave R., Ayad S., Historia książki. Od glinianych tabliczek po e-booki, tłum. E. Romkowska, Wydawnictwo Arkady, Warszawa 2015.
3	Garbal Ł., Edytorstwo. Jak wydawać współczesne teksty literackie, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2011.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu (modułu)	Media społecznościowe	Kod przedmiotu	34
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny	
Poziom kształcenia	Studia pierwszego stopnia	Profil studiów	praktyczny
Kierunek studiów	Nowe Media	Specjalność	
Moduł kształcenia	Kierunkowy	Język wykładowy	polski
Semestr	I	Forma zaliczenia	Egzamin

WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

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

SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ

STUDIA STACJONARNE		STUDIA NIESTACJONARNE	
Wykład	15	Wykład	9
Ćwiczenia	15	Ćwiczenia	9
Razem	30	Razem	18
Praca własna studenta	70	Praca własna studenta	82
Razem	100	Razem	100
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
Wiedza		
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.	K_W02
	W1.1 Zna i rozumie specyfikę mediów społecznościowych.	
W2	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).	K_W03
	W2.1 Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów społecznościowych.	
W3	Zna i rozumie systemy komunikacyjne oraz rolę komunikacji medialnej we współczesnym świecie.	K_W07
	W3.1 Zna i rozumie formę komunikowania się za pomocą mediów społecznościowych, ich wpływ na społeczne życie człowieka, na reklamę.	
Umiejętności		
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02
	U1.1 Potrafi zdobytą wiedzę wykorzystać do tworzenia kreatywnego i wartościowego przekazu w mediach społecznościowych.	

U2	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08
	U2.1	Potrafi w sposób profesjonalny używać języka branżowego z zakresu mediów społecznościowych.	

Kompetencje

K1	Jest gotowy do uczestniczenia w życiu kulturalnym i korzystania z jego różnorodnych form, wykorzystując media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym, społecznym i gospodarczym.		K_K03
	K1.1	Jest gotowy do operowania kanałami mediów społecznościowych w celu czynnego uczestniczenia w życiu kulturalnym.	
K2	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08
	K2.1	Jest świadomy tego, jak wielką wagę mają media społecznościowe w kształtowaniu więzi społecznych.	

TREŚCI KSZTAŁCENIA

TEMAT		30	18
Wykład		15	9
1	Internet jako medium społecznościowe.	2	1
2	Internet jako medium społeczeństwa informacyjnego.	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	YouTube jako medium społecznościowe.	1	0
9	Nowe zjawiska w mediach społecznościowych.	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - informacyjna, edukacyjna, reklamowa, dziennikarska, rozrywkowa itd.	1	1
11	Twitter.	0	1
12	Tik Tok 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.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe.	1	0
Ćwiczenia		15	9
1	Spółeczność internetowa (wirtualna).	1	1
2	Funkcjonowanie w społeczności internetowej.	1	1
3	Rola mediów alternatywnych i społecznie zaangażowanych - przykłady.	1	1
4	Media globalne a media lokalne.	1	1
5	Blogi i blogowanie - na wybranych przykładach.	1	1
6	Facebook - tworzenie profilu, udostępnianie etc.	1	0
7	Instagram jako medium społecznościowe: platforma do prezentowania treści wizualnych, multimedialnych i interaktywnych.	1	0
8	YouTube jako medium społecznościowe: udostępnianie, edycja, nadawanie na żywo i komentowanie filmów.	1	0
9	Twitter i tweety.	1	0
10	Media społecznościowe i ich rola - na wybranych przykładach.	2	0
11	Facebook, Instagram, Twitter jako różne media społecznościowe.	0	1

12	You Tube a TikTok.	0	1
13	Kultura uczestnictwa w społecznościach internetowych.	1	1
14	Second Life jako medium społecznościowe.	1	0
15	Wokół Second Life jako medium społecznościowego.	0	1
16	Tożsamość internetowa i awatarowa.	1	0
17	Wyszukiwarki internetowe i społecznościowe -przykłady i omówienie.	1	0

METODY DYDAKTYCZNE

Komputer, rzutnik, smartfon, kamera, mikrofony, dyktafon.

KRYTERIA OCENY

Wykład

Egzamin ustny.

Ćwiczenia

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

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

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić

dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym	
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami	
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane	
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		10
	2	Czytanie wskazanej literatury		10
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		10
	4	Przygotowanie pracy semestralnej		15
	5	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		25
		Suma godzin:		100
		Punkty ECTS:		4
LITERATURA				
Podstawowa				
1	Manovitch L., Język nowych mediów, Warszawa 2006.			
2	Konopka M., Informorfoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Kraków 2017.			
3	Jaskiernia A., Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa 2006.			
4	Hofmokl J., Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2009.			
Uzupełniająca				
1	Drzyzga P. (red.), Nowe media. Tradycyjne środki przekazu, Tychy 2001.			

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE															
Nazwa przedmiotu (modułu)		Prawo prasowe										Kod przedmiotu		35	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny					
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski					
Semestr		II				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład		Ćwiczenia						Wykład		Ćwiczenia					
15	ZO2	2						9	ZO2	2					
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ															
STUDIA STACJONARNE								STUDIA NIESTACJONARNE							
Wykład				15				Wykład				9			
Razem				15				Razem				9			
Praca własna studenta				35				Praca własna studenta				41			
Razem				50				Razem				50			
ECTS				2				ECTS				2			
WYMAGANIA WSTĘPNE															
Podstawy prawoznawstwa.															
CEL PRZEDMIOTU															
<ol style="list-style-type: none"> Zapoznanie studentów z podstawowymi pojęciami prawa prasowego oraz zastosowaniem tej gałęzi prawa na podstawie ustawy o prawie prasowym, ustawie o radiofonii i telewizji oraz ustawie o dostępie do informacji publicznej. Przedstawienie praw i obowiązków dziennikarzy, m.in. prawa do uzyskania informacji, prawa do uzyskania odpowiedzi na krytykę, obowiązku zachowania szczególnej staranności oraz tajemnicy dziennikarskiej. Wyjaśnienie prawnych regulacji, dotyczących znaczenia autoryzacji oraz sprostowania. Student zapozna się z szeroko pojętą organizacją działalności prasowej, radiowej i telewizyjnej. Rozwinie umiejętność posługiwania się językiem prawnym i prawniczym, m.in. w obszarze odpowiedzialności cywilnej i karnej dziennikarzy oraz prasy. 															
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU															
KOD	OPIS													EFEKT	
Wiedza															
W1	Zna i rozumie istniejące uregulowania prawne dotyczące funkcjonowania mediów oraz instytucji społecznych, jak również form rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości, w tym rolę etyki w pracy zawodowej.													K_W13	
	W1.1	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.													
	Zna i rozumie zasady i regulacje dotyczące bezpieczeństwa danych, prawa prasowego oraz własności intelektualnej.														

W2	W2.1	Posiada wiedzę na temat wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.	K_W15	
W3		Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.	K_W01	
	W3.1	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				
U1		Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.	K_U02	
	U1.1	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną z zakresu prawa prasowego w celu rozwiązywania prostych kazuśów.		
U2		Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa prasowego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	K_U05	
	U2.1	Posiada umiejętność identyfikowania naruszeń prawa prasowego, w szczególności zagrożeń, dotyczących wolności pracy oraz zna ich skutki prawne.		
U3		Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	K_U08	
	U3.1	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie na tematy dotyczące regulacji prawa prasowego, używając w sposób prawidłowy języka prawnego i prawniczego.		
Kompetencje				
K1		Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.	K_K01	
	K1.1	Ma świadomość konieczności aktualizacji nabytej wiedzy teoretycznej i praktycznej oraz poszerzania umiejętności z zakresu prawa prasowego.		
K2		Jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy; w pracy badawczej cechuje go uczciwość i rzetelność oraz etyczne zachowania związane z działalnością profesjonalną.	K_K06	
	K2.1	Student jest gotowy do wzięcia odpowiedzialności za trafność przekazywanej wiedzy oraz zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystywaniu materiałów prasowych w pracy dziennikarskiej. W swojej działalności profesjonalnej kieruje się zasadami etyki dziennikarskiej.		
K3		Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.	K_K07	
	K3.1	Student jest kompetentny do podejmowania i uzasadniania samodzielnych decyzji oraz działań zawodowych w zakresie odnoszącym się do obowiązujących regulacji z zakresu prawa prasowego.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			15	9
Wykład			15	9
1	Pojęcia prawa prasowego, jego zasady oraz źródła prawa.		2	2
2	Wolność wypowiedzi i informacji, wolność słowa i wolność prasy w prawie międzynarodowym publicznym, prawie europejskim oraz w prawie polskim.		2	1
3	Prawa i obowiązki dziennikarzy w ujęciu prawa prasowego.		2	1
4	Pojęcie i znaczenie autoryzacji oraz sprostowania.		2	1

5	Organizacja działalności prasowej.	2	1
6	Organizacja działalności radiowej i telewizyjnej.	2	1
7	Ustawowe wymogi treści publikacji prasowych oraz audycji radiowych i telewizyjnych.	2	1
8	Odpowiedzialność cywilna i karna dziennikarzy oraz prasy.	1	1

METODY DYDAKTYCZNE

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

KRYTERIA OCENY

Wykład

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

WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	Wykład	

W1	W1.1	1	kolokwium ustne	K_W13
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	kolokwium ustne	K_W15
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	kolokwium ustne	K_W01
		2	aktywność na zajęciach	

Umiejętności | Wykład

U1	U1.1	1	kolokwium ustne	K_U02
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	kolokwium ustne	K_U05
		2	aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1	kolokwium ustne	K_U08
		2	aktywność na zajęciach	

Kompetencje | Wykład

K1	K1.1	1	kolokwium ustne	K_K01
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	kolokwium ustne	K_K06
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	kolokwium ustne	K_K07
		2	aktywność na zajęciach	

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

	Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
--	------------------	---

		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	15	9
PW	1	Przygotowanie do zajęć	5	5
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	10
	3	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	20	26
		Suma godzin:	50	50
		Punkty ECTS:	2	2
LITERATURA				
Podstawowa				
1		Czarny-Drożdżek E., Autoryzacja wypowiedzi w świetle Prawa prasowego, "Przeгляд Sądowy", 2018, nr 11-12, s. 34-49.		
2		Sieńczyło-Chlabicz J., Prawo mediów, LexisNexis Polska, Warszawa 2013.		
3		Sobczak J., Prawo prasowe. Komentarz, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2008.		
Uzupelniająca				
1		Górski A., Odpowiedzialność dziennikarza za materiał prasowy – różnice pomiędzy znieśławieniem a ochroną dóbr osobistych: uwagi praktyczne, „Rocznik Bibliologiczno-Prasoznawczy”, 2013, tom 5/16, s. 155-174.		
2		Kosmaty P., Wykroczenia w działalności prasowej dziennikarzy, "Kwartalnik Krajowej Szkoły Sądownictwa i Prokuratury", 2018, z. 4, s. 43-58.		
3		Zaremba M., Tajemnica zawodowa dziennikarza a jego odpowiedzialność prawna, "Studia Medioznawcze", 2003, nr 2, s. 24-40.		

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Copywriting								Kod przedmiotu		36	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot								Instytut Humanistyczny					
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów		praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy		polski					
Semestr		VI				Forma zaliczenia		Zaliczenie z oceną					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		30	ZO6	2					18	ZO6	2		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		30					Ćwiczenia		18		
		Razem		30					Razem		18		
Praca własna studenta				70			Praca własna studenta				82		
		Razem		100					Razem		100		
		ECTS		4					ECTS		4		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Znajomość podstaw marketingu oraz podstawowych form redakcyjnych o charakterze argumentacyjnym.													
CEL PRZEDMIOTU													
Zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania w różnych jednostkach organizacyjnych związanymi z szeroko rozumianym zawodem copywritera.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W1.1	Zna i definiuje zasady działania copywritingu.											
	W1.2	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	Rozumie powiązanie różnych mediów z działalnością copywritera.											
	W2.2	Zna powiązania terminologii z zakresu mediów i potrafi je wykorzystać w działalności copywritera.											
Umiejętności													
U1	Potrafi odnaleźć pożądaną informację 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 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	Wykorzystuje wiedzę na temat precyzyjnego wypowiedzania się w mowie i piśmie przy tworzeniu narzędzi np. sloganów reklamowych.											

U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.		K_U14	
	U3.1	Zna zasady współpracy w grupie do stworzenia zadania praktycznego.		
	U3.2	Współpracuję w grupie w celu realizacji zadań zgodnych z potrzebami wykonania zadania.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.		K_K02	
	K1.1	Podjmuje pracę samokształceniową w zakresie prowadzenia projektów multimedialnych.		
	K1.2	Rozumie znaczenie wdrażania twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania w ramach tworzenia 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.		
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.		K_K07	
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z zawodem copywritera i znajduje rozwiązania.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Podstawowe pojęcia, zjawiska i mechanizmy z zakresu copywritingu - wprowadzenie do problematyki.		4	3
2	Wiedza copywritera – elementy retoryki, semiotyki oraz psychologii wobec działań praktycznych.		4	3
3	Profil klienta, produkt i most korzyści.		4	2
4	Interaktywna struktura tekstu.		3	1
5	Teoria oraz retoryka reklamy i rodzaje reklam.		3	2
6	Redagowanie treści reklamowych w oparciu o elementy retoryki i znajomość podstaw semiotyki kultury.		7	4
7	Redagowanie treści o charakterze marketingowym w Internecie.		3	2
8	Opisy produktów – najczęstsze błędy i ich korekta, specyfika i tworzenie tego typu treści.		2	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Komputer, rzutnik multimedialny, prezentacje multimedialne, filmy dydaktyczne.				
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	projekt	K_W02
		2	aktywność na zajęciach	
	W1.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	projekt	K_W03
		2	aktywność na zajęciach	
	W2.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	

Umiejętności Ćwiczenia				
U1	U1.1	1	projekt	K_U01
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	projekt	K_U09
		2	aktywność na zajęciach	
U3	U3.1	1	projekt	K_U14
		2	aktywność na zajęciach	
	U3.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	

Kompetencje Ćwiczenia				
K1	K1.1	1	projekt	K_K02
		2	aktywność na zajęciach	
	K1.2	1	projekt	
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	projekt	K_K05
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	projekt	K_K07
		2	aktywność na zajęciach	

FORMY OCENY

Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:

2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów	4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów	4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów	5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów

Kryteria oceniania wg skali:

bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć	15	20
	2	Czytanie wskazanej literatury	20	20
	3	Przygotowanie projektu	35	42
		Suma godzin:	100	100
		Punkty ECTS:	4	4

LITERATURA

Podstawowa

1	Edwards J., Sekrety copywritingu. O mocy słów, dzięki którym sprzedasz wszystko, przeł. D. Gasper, Warszawa 2023.
2	Jaworowicz M., Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Warszawa 2015.
3	Maciąg K., Pisz, publikuj, działaj. Jak tworzyć skuteczne treści w Internecie, Warszawa 2023.

Uzupełniająca

1	Dutko M., Copywriting internetowy, Warszawa 2010.
2	Jaworowicz M., Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Warszawa 2015.
3	Woźniczka J., Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.
4	Wrycza-Bekier J., Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy, Gliwice 2018.

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																	
Nazwa przedmiotu (modułu)		Retoryka i erystyka												Kod przedmiotu		37	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot										Instytut Humanistyczny							
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia						Profil studiów				praktyczny					
Kierunek studiów		Nowe Media						Specjalność									
Moduł kształcenia		Kierunkowy						Język wykładowy				polski					
Semestr		V						Forma zaliczenia				Egzamin					
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			Ćwiczenia						Wykład			Ćwiczenia					
15	E5	2							9	E5	2						
			15	Z05	2							9	Z05	2			
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																	
STUDIA STACJONARNE									STUDIA NIESTACJONARNE								
Wykład			15			Wykład			9								
Ćwiczenia			15			Ćwiczenia			9								
Razem			30			Razem			18								
Praca własna studenta			70			Praca własna studenta			82								
Razem			100			Razem			100								
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 wypowiedzanego publicznie.																	
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU																	
KOD	OPIS															EFEKT	
Wiedza																	
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.															K_W01	
	W1.1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie retoryki w komunikacji społecznej i mediach, widzi jej wartość i potrzebę w praktycznej działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej. Zna terminologię retoryczną.															
W2	Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłóceń.															K_W16	
	W2.1	Ma wiedzę z zakresu retoryki jako istotnego elementu komunikacji interpersonalnej i społecznej.															
W3	Ma wiedzę z zakresu kultury języka i komunikacji; zna zasady poprawnej polszczyzny; jest świadomy procesów zachodzących w rozwoju języka, z uwzględnieniem aspektów współczesnej technologii i przemian kulturowych.															K_W17	
	W3.1	Zna miejsce retoryki w nauce o języku, jest świadomy tego, jak ważna jest umiejętność klarownego i poprawnego używania polszczyzny.															
Umiejętności																	

U1	Potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności medialnej, promocyjno-reklamowej i biznesowej, w języku polskim i języku obcym, ma przy tym rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.		K_U08	
	U1.1	Potrafi używać terminologię z zakresu retoryki i wykorzystywać wiedzę retoryczną do precyzyjnego i spójnego prezentowania treści, w zależności od celu wypowiedzi, odbiorców i medium.		
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.		K_U09	
	U2.1	Dzięki wiedzy retorycznej potrafi budować klarowne wypowiedzi, poparte odpowiednimi źródłami, potrafi adekwatnie dobierać argumenty.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Ma świadomość tego, że retoryka jest szerokim zagadnieniem, a umiejętności z jej zakresu należy zdobywać stale, także po zakończeniu studiów.		
K2	Docenia znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach dla utrzymania i rozwoju prawidłowych więzi w środowiskach społecznych i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych.		K_K08	
	K2.1	Docenia znaczenie retoryki - jej wartość w budowaniu takich komunikatów, które tworzą więzi społeczne, podnoszą jakość wykonywanej pracy, mogą wpłynąć na realne zmiany społeczne.		
K3	Jest gotowy do stałej dbałości o kulturę, etykę i jakość wypowiedzi; tworzenia wartościowych i komunikatywnych przekazów; wykorzystywania wiedzy językowej do właściwej analizy treści medialnej.		K_K09	
	K3.1	Jest gotowy do stałej dbałości o jakość swoich wypowiedzi i wykorzystania retoryki do budowania wartościowych i komunikatywnych przekazów.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Wykład			15	9
1	Historia retoryki		2	1
2	Podstawowe pojęcia z zakresu retoryki		2	1
3	Podział oracji. Konstrukcja udanej mowy (wypowiedzi)		2	1
4	Triady retoryczne i ich przydatność podczas wystąpień		2	1
5	Toposy i argumenty - typologia		2	1
6	Rodzaje perswazji		1	1
7	Manipulacja - analiza przykładów		1	1
8	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów)		1	1
9	Przekaz medialny jako przekaz retoryczny		2	1
Ćwiczenia			15	9
1	Układanie mowy według przepisu Briana Tracy'ego		3	2
2	Toposy i argumenty - typologia w praktyce		2	1
3	Analiza najważniejszych współczesnych przemówień (analiza tekstów i nagrań z platformy TED)		4	2
4	Ćwiczenia z wystąpień wg gatunków (laudacja, toast, pożegnanie, zaproszenie, itp.)		4	2
5	Prezentacja wystąpień studenckich		2	2
METODY DYDAKTYCZNE				
Narzędzia: komputer, rzutnik, wi-fi, kartki papieru. Pomoce: publikacje, filmy na platformach YouTube, TED, prezentacje				
KRYTERIA OCENY				

Wykład				
Aktywność, egzamin ustny z wiedzy.				
Ćwiczenia				
Aktywność, Praca semestralna z ćwiczeń - przygotowanie wystąpienia / mowy na zadany temat.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD		OPIS		EFEKT
		Wiedza	Wykład	
W1	W1.1	1	egzamin ustny	K_W01
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	egzamin ustny	K_W16
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	egzamin ustny	K_W17
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Wykład	
U1	U1.1	1	egzamin ustny	K_U08
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	egzamin ustny	K_U09
		2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Wykład	
K1	K1.1	1	egzamin ustny	K_K01
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	egzamin ustny	K_K08
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	egzamin ustny	K_K09
		2	aktywność na zajęciach	
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	praca semestralna	K_W01
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	praca semestralna	K_W16
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	praca semestralna	K_W17
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	praca semestralna	K_U08
		2	aktywność na zajęciach	
U2	U2.1	1	praca semestralna	K_U09
		2	aktywność na zajęciach	
		Kompetencje	Ćwiczenia	
K1	K1.1	1	praca semestralna	K_K01
		2	aktywność na zajęciach	
K2	K2.1	1	praca semestralna	K_K08
		2	aktywność na zajęciach	
K3	K3.1	1	praca semestralna	K_K09
		2	aktywność na zajęciach	
FORMY OCENY				
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:				
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów
Kryteria oceniania wg skali:				
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte	

dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane

NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA

		Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć	30	22
	2	Czytanie wskazanej literatury	10	20
	3	Przygotowanie pracy semestralnej	20	25
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	10	15
		Suma godzin:	100	100
		Punkty ECTS:	4	4

LITERATURA

Podstawowa

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

Uzupełniająca

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

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Arcydziela kinematografii polskiej i światowej								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		VI				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		30	ZO6	4					18	ZO6	4		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		30					Ćwiczenia		18		
		Razem		30					Razem		18		
Praca własna studenta				70			Praca własna studenta				82		
		Razem		100					Razem		100		
		ECTS		4					ECTS		4		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Podstawowe wiadomości z zakresu języka filmu oraz analizy i interpretacji tekstów kultury.													
CEL PRZEDMIOTU													
Zapoznanie studentów z typologią arcydzieł filmowych i kryteriami ich rozróżniania. Zaznajomienie z wybranymi dziełami kintematografii polskiej i światowej o szczególnym znaczeniu w kulturze. Wykształcenie umiejętności analizowania oraz interpretowania filmu jako tekstu kultury.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie gatunki wypowiedzi z ukierunkowaniem na zastosowanie praktyczne.											K_W08	
	W1.1	Zna i definiuje gatunki filmowe.											
W2	Zna i rozumie powiązanie studiowanego kierunku z: naukami o kulturze i religii, językoznawstwem, sztuką, naukami socjologicznymi, naukami o zarządzaniu i jakości, zorientowane na zastosowania praktyczne.											K_W09	
	W2.1	Rozumie powiązanie nauk o komunikacji społecznej i mediach z filmoznawstwem.											
W3	Zna i rozumie metodykę warsztatu badawczego związanego ze studiowanym kierunkiem.											K_W12	
	W3.1	Orientuje się w podstawowych zagadnieniach metodologii filmoznawczej.											
Umiejętności													
U1	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania procesów i zjawisk w obrębie studiowanego kierunku, m.in. przy pomocy filmu, fotografii i grafiki.											K_U02	
	U1.1	Wykorzystuje wiedzę na temat filmów do praktycznej analizy nowych mediów.											
U2	Potrafi posługiwać się podstawowym aparatem pojęciowym z zakresu: językoznawstwa, filmoznawstwa, nauk o polityce, socjologii, nauk o zarządzaniu.											K_U11	
	U2.1	Posługuje się aparaturą pojęciową z zakresu filmoznawstwa.											

U3	Potrafi orientować się w najważniejszych zjawiskach świata intermedialnego powstających na przecięciu różnych dziedzin dyscyplin – medioznawstwa, filmoznawstwa, nauk o kulturze i sztuce, także z uwzględnieniem różnorodności kultury popularnej.		K_U16	
	U3.1	Orientuje się w najważniejszych zjawiskach artystycznych, historycznych i społecznych na przecięciu medioznawstwa i filmoznawstwa.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do samodoskonalenia w obszarze studiowanego kierunku w zakresie wiedzy teoretycznej i praktycznej.		K_K01	
	K1.1	Podjeżdżuje 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	Podstawowa aparatura pojęciowa: arcydzieło i kanon. Wyznaczniki arcydzieła filmowego.		2	3
2	Kino nieme i niemiecki ekspresjonizm: Nosferatu - symfonia grozy, reż. Wilhelm Murnau, 1922.		2	0
3	Kino autorskie: Obywatel Kane, reż. Orson Welles, 1941.		2	0
4	Kino mefazyzyczne: Dziewięta pieczęć, reż. Ingmar Bergman, 1957.		2	2
5	Francuska Nowa Fala: Do utraty tchu, reż. Jean-Luc Godard, 1960.		2	0
6	Włoski neorealizm: Mamma Roma, reż. Pier Paolo Pasolini, 1962.		2	0
7	Kino gatunków: Dziecko Rosemary, reż. Roman Polański, 1968.		2	2
8	Kino nowej wrażliwości: Wszystko o mojej matce, reż. Pedro Almodóvar, 1999.		2	2
9	Polska szkoła filmowa: Kanał, reż. Andrzej Wajda, 1956.		2	2
10	Polska Nowa Fala: Diabeł, reż. Andrzej Żuławski, 1972.		2	0
11	Kino moralnego niepokoju: Coś za coś, reż. Agnieszka Holland, 1977.		2	0
12	Kino wartości: Dekalog VI, reż. Krzysztof Kieślowski, 1988.		2	0
13	Polskie kino gatunków: Psy, reż. Władysław Pasikowski, 1992.		2	1
14	Kino rozrachunkowe: Ida, reż. Paweł Pawlikowski, 2013.		2	3
15	Kolokwium pisemne.		2	3
METODY DYDAKTYCZNE				
Komputer, rzutnik, własne prezentacje multimedialne, filmy lub ich fragmenty omawiane podczas zajęć, podręczniki akademickie wskazane w literaturze podstawowej oraz uzupełniającej.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Student wykonuje prezentację multimedialną, jako pracę etapową, poświęconą wybranemu reżyserowi o znaczącym wpływie na historię kina. Na koniec zajęć - kolokwium pisemne.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS		EFEKT	
Wiedza			Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	
		2	prezentacja multimedialna	
		3	aktywność na zajęciach	
		1	kolokwium pisemne pytania otwarte	
			K_W08	

W2	W2.1	2	prezentacja multimedialna	K_W09	
		3	aktywność na zajęciach		
W3	W3.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_W12	
		2	prezentacja multimedialna		
		3	aktywność na zajęciach		
Umiejętności Ćwiczenia					
U1	U1.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U02	
		2	prezentacja multimedialna		
		3	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_U11	
		2	prezentacja multimedialna		
		3	aktywność na zajęciach		
U3	U3.1	1	prezentacja multimedialna	K_U16	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	prezentacja multimedialna	K_K01	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	prezentacja multimedialna	K_K03	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	kolokwium pisemne pytania otwarte	K_K05	
		2	prezentacja multimedialna		
		3	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
Praca własna	1	Przygotowanie do zajęć		10	20
	2	Czytanie wskazanej literatury		20	20
	3	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.		20	22
	4	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia		20	20
		Suma godzin:		100	100
		Punkty ECTS:		4	4
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Gwóźdź A., Obrazy i rzeczy. Film między mediami, Kraków 2003.				
2	Mamcarz-Plisiecki A., Filozofia i retoryka filmu. Perspektywa realizmu filozoficznego, Lublin 2019.				
3	Płażewski J., Historia filmu 1895-2005, Warszawa 2007.				
Uzupełniająca					
1	Lisowska-Magdziarz M., Znaki na uwieczni. Od semiologii do semiotyki mediów, Kraków 2019.				
2	Ostaszewski J., Historia narracji filmowej, Kraków 2018.				

PAŃSTWOWA AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W GŁOGOWIE

INSTYTUT HUMANISTYCZNY

SYLABUS / KARTA PRZEDMIOTU



INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE													
Nazwa przedmiotu (modułu)		Marketing w nowych mediach								Kod przedmiotu		39	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot		Instytut Humanistyczny											
Poziom kształcenia		Studia pierwszego stopnia				Profil studiów				praktyczny			
Kierunek studiów		Nowe Media				Specjalność							
Moduł kształcenia		Kierunkowy				Język wykładowy				polski			
Semestr		V				Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną			
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
Wykład		Ćwiczenia					Wykład		Ćwiczenia				
		30	ZO5	3					18	ZO5	3		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ													
STUDIA STACJONARNE							STUDIA NIESTACJONARNE						
		Ćwiczenia		30					Ćwiczenia		18		
		Razem		30					Razem		18		
Praca własna studenta				45			Praca własna studenta				57		
		Razem		75					Razem		75		
		ECTS		3					ECTS		3		
WYMAGANIA WSTĘPNE													
Osiągnięcie efektów kształcenia wynikających z realizacji przedmiotu, ale również znajomość podstaw marketingu, umiejętność współpracy z różnymi jednostkami organizacyjnymi.													
CEL PRZEDMIOTU													
Zapoznanie studentów z zasadami i technikami funkcjonowania marketingu w różnych jednostkach organizacyjnych.													
EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU													
KOD	OPIS											EFEKT	
Wiedza													
W1	Zna i rozumie miejsce i znaczenie nauk o komunikacji społecznej i mediach, zorientowane na zastosowania praktyczne w działalności kulturalnej, medialnej i promocyjno-reklamowej.											K_W01	
	W1.1	Rozumie wagę mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie z zastosowaniem wiedzy o komunikacji i mediach w działalności medialnej i promocyjno-reklamowej.											
W2	Zna i rozumie media (Internet, prasa, radio, telewizja) oraz towarzyszące im historyczne i społeczne dyskursy z ukierunkowaniem na ich praktyczne zastosowanie.											K_W02	
	W2.1	Wykorzystuje wiedzę na temat mediów społecznościowych z zastosowaniem ich w praktyce.											
W3	Zna i rozumie terminologię z zakresu mediów (Internet, prasa, radio, telewizja).											K_W03	
	W3.1	Zna i rozróżnia rodzaje mediów.											
Umiejętności													
U1	Potrafi odnaleźć pożądane informacje w różnych źródłach, przeanalizować je, ocenić ich przydatność, wybrać i wykorzystać je w określonym celu.											K_U01	
	U1.1	Wyszukuję informacje z różnych źródeł i stosuje je wg przeznaczenia											
U2	Potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się w mowie i na piśmie w języku polskim i obcym na tematy z zakresu studiowanego kierunku argumentując i formułując wnioski z wykorzystaniem odpowiednich źródeł.											K_U09	

	U2.1	Redaguje krótkie, a także dłuższe teksty/slogany/plany marketingowe etc., które są zgodne z zasadami poprawnej polszczyzny.		
U3	Potrafi współdziałać i pracować w grupie, akceptując konieczność przyjęcia różnych ról zgodnie z potrzebami zadaniowymi.			K_U14
	U3.1	Przyjmuje różne role wg potrzeb realizacji zadania.		
Kompetencje				
K1	Jest gotowy do twórczego i przedsiębiorczego myślenia i działania, w tym do samodzielnego prowadzenia projektów multimedialnych.			K_K02
	K1.1	Wykorzystuję kreatywne myślenie i działanie do stworzenia projektu multimedialnego.		
K2	Jest gotowy do uznania wagi mediów w kształtowaniu więzi społecznych na poziomie lokalnym, regionalnym i globalnym.			K_K05
	K2.1	Rozumie znaczenie mediów w kształtowaniu więzi społecznych na różnym poziomie.		
K3	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, prawidłowego rozpoznania dylematów związanych z zawodem i znajdowania sposobów ich rozwiązań.			K_K07
	K3.1	Rozpoznaje dylematy związane z wdrożeniem działań marketingowych w firmach i znajduje praktyczne rozwiązania.		
TREŚCI KSZTAŁCENIA				
TEMAT			30	18
Ćwiczenia			30	18
1	Teoria marketingu, rodzaje marketingu, zachowanie się konsumentów (klientów indywidualnych) oraz przedsiębiorstw (klientów instytucjonalnych) na rynku dóbr i usług konsumpcyjnych		5	3
2	Pojęcie i kryteria segmentacji rynku ze szczególnym uwzględnieniem dóbr konsumpcyjnych. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa, badania marketingowe, analiza SWOT - zadania praktyczne		10	6
3	Marketing mix, podstawowe jego elementy. Taktyka marketingu. Informacje marketingowe. Decyzje przedsiębiorstwa na rynku i znaczenie marketingu w praktyce		5	3
4	Tworzenie planu marketingowego na przykładzie wybranych jednostek organizacyjnych.		8	5
5	System informacji marketingowych w przedsiębiorstwie, procesy formułowania strategii marketingowej. Personel jako integralny instrument marketingu i usług. Marketing wewnętrzny przedsiębiorstwa		2	1
METODY DYDAKTYCZNE				
Komputery, rzutnik multimedialny, studium przypadku i prezentację multimedialne dla studentów, filmy, fotografie, etc.				
KRYTERIA OCENY				
Ćwiczenia				
Obserwacja (w różnych jej odmianach) działań studenta potwierdzona zapisem; analiza przygotowanych przez studenta materiałów w postaci projektu kampanii reklamowej ukierunkowanych na potwierdzenie rozwoju pożądanej umiejętności w toku akademickiego kształcenia i poza nim.				
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
KOD	OPIS			EFEKT
		Wiedza	Ćwiczenia	
W1	W1.1	1	projekt	K_W01
		2	aktywność na zajęciach	
W2	W2.1	1	projekt	K_W02
		2	aktywność na zajęciach	
W3	W3.1	1	projekt	K_W03
		2	aktywność na zajęciach	
		Umiejętności	Ćwiczenia	
U1	U1.1	1	projekt	K_U01
		2	aktywność na zajęciach	

U2	U2.1	1	projekt	K_U09	
		2	aktywność na zajęciach		
U3	U3.1	1	projekt	K_U14	
		2	aktywność na zajęciach		
Kompetencje Ćwiczenia					
K1	K1.1	1	projekt	K_K02	
		2	aktywność na zajęciach		
K2	K2.1	1	projekt	K_K05	
		2	aktywność na zajęciach		
K3	K3.1	1	projekt	K_K07	
		2	aktywność na zajęciach		
FORMY OCENY					
Dla każdego z efektów kształcenia określonego dla przedmiotu w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji, na ocenę:					
2,0	student uzyskuje poniżej 51% maksymalnej liczby punktów		4,0	student uzyskuje od 71% do 80% maksymalnej liczby punktów	
3,0	student uzyskuje od 51% do 60% maksymalnej liczby punktów		4,5	student uzyskuje od 81% do 90% maksymalnej liczby punktów	
3,5	student uzyskuje od 61% do 70% maksymalnej liczby punktów		5,0	student uzyskuje powyżej 90% maksymalnej liczby punktów	
Kryteria oceniania wg skali:					
bardzo dobry	bdb	5	zakładane efekty zostały w pełni osiągnięte		
dobry plus	db+	4,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z niewielkimi niedociągnięciami		
dobry	db	4	zakładane efekty zostały osiągnięte jednak z pewnymi brakami, które można szybko uzupełnić		
dostateczny plus	dst+	3,5	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami, ale dopuszczalnymi na minimalnym wymaganym		
dostateczny	dst	3	zakładane efekty zostały osiągnięte z istotnymi brakami		
niedostateczny	ndst	2	zakładane efekty nie zostały uzyskane		
NAKLAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA					
		Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30	18
PW	1	Przygotowanie do zajęć		10	22
	2	Czytanie wskazanej literatury		10	10
	3	Przygotowanie projektu		25	25
		Suma godzin:		75	75
		Punkty ECTS:		3	3
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Kotler P., Marketing od A do Z, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004.				
2	Michalczyk S., Społeczeństwo medialne, studia z teorii komunikowania masowego, Śląsk, Katowice 2008.				
3	Grzegorzczak W., Marketing na rynku międzynarodowym, Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2009.				
Uzupełniająca					
1	Sztucki T., Marketing przedsiębiorcy i menedżera, Placet, Warszawa 1996.				
2	Bujko M., Hejnowski S., Siła narracji marketingowej, MT Biznes, Warszawa 2018.				
3	Woźniczka J., Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej, Wrocław 2009.				