

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																					
Nazwa przedmiotu (modułu)				Praktyki zawodowe I											Kod przedmiotu			PR1			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Nauk Społecznych																	
Poziom kształcenia				Studia pierwszego stopnia							Profil studiów				praktyczny						
Kierunek studiów				Nowe Media							Specjalność										
Moduł kształcenia				Praktyki zawodowe							Język wykładowy				polski						
Semestr				IV							Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																					
STUDIA STACJONARNE											STUDIA NIESTACJONARNE										
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia			Praktyki				Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia			Praktyki			
							480	ZO4	16								480	ZO4	16		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																					
STUDIA STACJONARNE											STUDIA NIESTACJONARNE										
Praktyki							480				Praktyki							480			
Razem							480				Razem							480			
ECTS							16				ECTS							16			
WYMAGANIA WSTĘPNE																					
Podstawowa wiedza z zakresu mediów, zarządzania oraz języka, literatury i kultury.																					
CEL PRZEDMIOTU																					
Celem praktyki zawodowej jest zapoznanie z potencjalnym środowiskiem przyszłej pracy, wdrożenie do działalności profesjonalnej w wybranej instytucji, pod kierunkiem opiekuna																					
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 społecznej i medialnej.																	
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 w praktyce 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		Redaguje krótkie i dłuższe teksty użytkowe, 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 w jednostce organizacyjnej.																	

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 tworzenia wg potrzeb 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/branża i stara się znaleźć ich rozwiązania.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA				ST	NST
TEMAT				960	960
Praktyki				960	960
1	Media a uregulowania z zakresie ochrony konkurencji			150	150
2	Prawa i obowiązki praktykanta, dostęp do informacji, tajemnica służbowa, etc.			200	200
3	Przygotowuję się do wykonania działalności profesjonalnej w taki sposób, że obserwuję (hospituje) czynności opiekuna praktyk			200	200
4	W trakcie praktyki student wykonuje swoje obowiązki pod nadzorem wyznaczonego przez daną jednostkę pracownika - opiekuna praktyk			150	150
5	Przygotowanie się do wykonywania działalności profesjonalnej w taki sposób, że obserwuję hospitację czynności opiekuna praktyk			100	100
6	Współpracuje z opiekunem praktyk, samodzielnie wykonuje zadania i zbiera materiały z wykonywanej pracy by przygotować projekt np., film, także prezentacje multimedialną z efektami uczenia się			160	160
METODY DYDAKTYCZNE					
Komputery, rzutnik multimedialny, filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia potrzebne do zrealizowania zleconych zadań dla studenta.					
KRYTERIA OCENY					
Praktyki					
Wypełnienie i przekazanie do Uczelni wszystkich dokumentów z praktyk zawodowych w wyznaczonym przez opiekuna terminie, w tym: dziennik praktyk, sprawozdanie wraz z ankietami efektów uczenia się, opinia opiekuna praktyk z jednostki organizacyjnej, umowy, porozumienia, itp. Oraz średnia ocen uzyskanych przez opiekunów z ramienia instytucji i uczelni.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD		OPIS			EFEKT
		Wiedza	Praktyki		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach		K_W01
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach		K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach		K_W03
		Umiejętności	Praktyki		
U1	U1.1	1	projekt		K_U01
		2	prezentacja multimedialna		
		3	aktywność na zajęciach		
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach		K_U09
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach		K_U14
		Kompetencje	Praktyki		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach		K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach		K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach		K_K07
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	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym	
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym	
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym	
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym	
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym	
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce	
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce	
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA			Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
	Forma aktywności		
	Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk		480
	Suma godzin:		480
	Punkty ECTS:		16
LITERATURA			
Podstawowa			
1	Noga A., <i>Teorie przedsiębiorstw</i> , PWE, Warszawa 2009.		
2	Wrycza-Bekier J., <i>Magia słów: Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> , Onepress, Gliwice 2019.		
Uzupełniająca			
1	Dutko M., <i>Copywriting internetowy</i> , PWN, Warszawa 2010.		
2	Jankowska M., <i>Autor i prawo do autorstwa</i> , Wolters Kluwer, Warszawa 2011.		
3	Smycz M., <i>Prawo autorskie i prawa pokrewne</i> , LEX, Warszawa 2003.		
4	Woźniczka J., <i>Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej</i> , UWr, Wrocław 2009.		

INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE																					
Nazwa przedmiotu (modułu)				Praktyki zawodowe II											Kod przedmiotu			PR2			
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot				Instytut Nauk Społecznych																	
Poziom kształcenia				Studia pierwszego stopnia							Profil studiów				praktyczny						
Kierunek studiów				Nowe Media							Specjalność										
Moduł kształcenia				Praktyki zawodowe							Język wykładowy				polski						
Semestr				V							Forma zaliczenia				Zaliczenie z oceną						
WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH																					
STUDIA STACJONARNE											STUDIA NIESTACJONARNE										
Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia			Praktyki			Wykład		e-Wykład		Ćwiczenia			Praktyki				
							480	ZO5	16								480	ZO5	16		
SUMARYCZNY WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ																					
STUDIA STACJONARNE											STUDIA NIESTACJONARNE										
Praktyki							480				Praktyki							480			
Razem							480				Razem							480			
ECTS							16				ECTS							16			
WYMAGANIA WSTĘPNE																					
Podstawowa wiedza z zakresu mediów, zarządzania oraz języka, literatury i kultury.																					
CEL PRZEDMIOTU																					
Celem praktyki zawodowej jest zapoznanie z potencjalnym środowiskiem przyszłej pracy, wdrożenie do działalności profesjonalnej w wybranej instytucji, pod kierunkiem opiekuna																					
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 społecznej i medialnej.																	
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 w praktyce 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		Redaguje krótkie i dłuższe teksty użytkowe, 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 w jednostce organizacyjnej.																	

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 tworzenia wg potrzeb 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/branża i stara się znaleźć ich rozwiązania.			
TREŚCI KSZTAŁCENIA				ST	NST
TEMAT				960	960
Praktyki				960	960
1	Media a uregulowania z zakresie ochrony konkurencji			150	150
2	Prawa i obowiązki praktykanta, dostęp do informacji, tajemnica służbowa, etc.			200	200
3	Przygotowuję się do wykonania działalności profesjonalnej w taki sposób, że obserwuję (hospituje) czynności opiekuna praktyk			200	200
4	W trakcie praktyki student wykonuje swoje obowiązki pod nadzorem wyznaczonego przez daną jednostkę pracownika - opiekuna praktyk			150	150
5	Przygotowanie się do wykonywania działalności profesjonalnej w taki sposób, że obserwuję hospitację czynności opiekuna praktyk			100	100
6	Współpracuje z opiekunem praktyk, samodzielnie wykonuje zadania i zbiera materiały z wykonywanej pracy by przygotować projekt np., film, także prezentacje multimedialną z efektami uczenia się			160	160
METODY DYDAKTYCZNE					
Komputery, rzutnik multimedialny, filmy, fotografie, multimedialne programy komputerowe, aparat fotograficzny i inne narzędzia potrzebne do zrealizowania zleconych zadań dla studenta.					
KRYTERIA OCENY					
Praktyki					
Wypełnienie i przekazanie do Uczelni wszystkich dokumentów z praktyk zawodowych w wyznaczonym przez opiekuna terminie, w tym: dziennik praktyk, sprawozdanie wraz z ankietami efektów uczenia się, opinia opiekuna praktyk z jednostki organizacyjnej, umowy, porozumienia, itp. Oraz średnia ocen uzyskanych przez opiekunów z ramienia instytucji i uczelni.					
WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ					
KOD		OPIS			EFEKT
		Wiedza	Praktyki		
W1	W1.1	1	aktywność na zajęciach		K_W01
W2	W2.1	1	aktywność na zajęciach		K_W02
W3	W3.1	1	aktywność na zajęciach		K_W03
		Umiejętności	Praktyki		
U1	U1.1	1	aktywność na zajęciach		K_U01
U2	U2.1	1	aktywność na zajęciach		K_U09
U3	U3.1	1	aktywność na zajęciach		K_U14
		Kompetencje	Praktyki		
K1	K1.1	1	aktywność na zajęciach		K_K02
K2	K2.1	1	aktywność na zajęciach		K_K05
K3	K3.1	1	aktywność na zajęciach		K_K07
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	5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu bardzo dobrym			
dobry plus	4,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu ponad dobrym			
dobry	4	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dobrym			
dostateczny plus	3,5	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dość dobrym			
dostateczny	3	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce w stopniu dostatecznym			
niedostateczny	3	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
zaliczone	zal	student/ka zna, rozumie i wyjaśnia zakładane efekty uczenia się i potrafi je zastosować w praktyce			
niezaliczone	nzal	student/ka nie zna, nie rozumie i nie wyjaśnia zakładanych efektów uczenia się i nie potrafi ich zastosować w praktyce			
NAKŁAD PRACY WŁASNEJ STUDENTA				Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	Forma aktywności				
	Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem lub opiekunem praktyk			480	480
	Suma godzin:			480	480
	Punkty ECTS:			16	16
LITERATURA					
Podstawowa					
1	Noga A., <i>Teorie przedsiębiorstw</i> , PWE, Warszawa 2009.				
2	Wrycza-Bekier J., <i>Magia słów: Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> , Onepress, Gliwice 2019.				
Uzupełniająca					
1	Dutko M., <i>Copywriting internetowy</i> , PWN, Warszawa 2010.				
2	Jankowska M., <i>Autor i prawo do autorstwa</i> , Wolters Kluwer, Warszawa 2011.				
3	Smycz M., <i>Prawo autorskie i prawa pokrewne</i> , LEX, Warszawa 2003.				
4	Woźniczka J., <i>Efekty reklamy w systemie komunikacji marketingowej</i> , UWr, Wrocław 2009.				