

TREŚCI KSZTAŁCENIA

Kierunek studiów: multimedia i kreacja cyfrowa
Poziom studiów: studia drugiego stopnia
Profil kształcenia: ogólnoakademicki
Forma studiów: stacjonarne
Wymiar kształcenia: 4 semestry
Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów: 120 punktów ECTS
Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: magister

CHARAKTERYSTYKA TREŚCI KSZTAŁCENIA – GRUPY TREŚCI

I. WYMAGANIA OGÓLNE

I.1 Język obcy – warsztat specjalistyczny

Cel kształcenia: zapoznanie z leksyką języka obcego charakterystyczną dla pracy w mediach różnego typu, usprawnienie komunikatywnych umiejętności w zakresie języka obcego w mowie i piśmie, niezbędnych w komunikacji medialnej.

Treści merytoryczne: leksyka charakterystyczna dla mediów różnego typu; czytanie, rozumienie, tłumaczenie i przygotowywanie tekstów w języku obcym na tematy związane z pracą w mediach; rozumienie ze słuchu przekazów audiowizualnych; językowa specyfika tekstu medialnego o różnym przeznaczeniu; czytanie ze zrozumieniem i tłumaczenie tekstów (np. dziennikarskich) w języku obcym; ćwiczenie umiejętności przygotowania krótkich tekstów medialnych w języku obcym, pisanych lub wygłaszanych w mediach audialnych lub audiowizualnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): leksykę w języku obcym, charakterystyczną dla mediów różnego typu.

Umiejętności (potrafi): czytać, tłumaczyć i przygotowywać krótkie teksty medialne w języku obcym w formie pisanej lub mówionej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia umiejętności językowych w zakresie języka obcego, przydatnych w pracy w mediach lub z mediami.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

I.2. Technologie informacyjne w humanistyce i naukach społecznych

Cel kształcenia: rozwijanie umiejętności w zakresie wyszukiwania, porządkowania oraz efektywnego wykorzystywania informacji z różnych źródeł, a także sprawne posługiwanie się technologiami informacyjnymi w nauce i pracy zawodowej; doskonalenie kompetencji związanych z ciągłym podnoszeniem kwalifikacji oraz korzystaniem z nowoczesnych technologii komunikacyjnych w kontaktach międzyludzkich; rozwijanie praktycznych umiejętności zastosowania technologii informacyjnych w budowaniu wizerunku oraz w komunikacji i relacjach publicznych, pozwalające na efektywne zarządzanie informacją w kontekście zawodowym i społecznym.

Treści merytoryczne: praktyczne stosowanie narzędzi cyfrowych, takich jak odpowiednie oprogramowanie, cyfrowe narzędzia komunikacji online, organizacja pracy zespołowej oraz tworzenie dokumentów w MS Office, w tym prezentacji i arkuszy kalkulacyjnych, z uwzględnieniem pracy grupowej; metody wyszukiwania, selekcji i przetwarzania danych w Internecie, przy użyciu zaawansowanych operatorów oraz narzędzi opartych na sztucznej inteligencji; działanie chmur obliczeniowych, modeli AI i powiązanych usług; obsługa urządzeń cyfrowych oraz zapis, przesyłanie, archiwizowanie i przetwarzanie informacji; projektowania stron WWW w systemach CMS, np. WordPress, przygotowanie publikacji papierowych i elektronicznych w ramach DTP, w tym skład tekstu, edycja grafiki i tworzenie dokumentów elektronicznych; omawianie zaawansowanej obsługi edytora Word, w szczególności formatowanie pracy magisterskiej zgodnie z normami. Zajęcia obejmują zasady praw autorskich, licencjonowania oprogramowania, ochronę danych przed utratą i kradzieżą oraz przestrzeganie przepisów o ochronie danych osobowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): działanie nowych narzędzi i technologii, narzędzi komunikacji online, zasady przestrzegania licencji i praw autorskich, tworzenia stron internetowych w systemach CMS oraz edycji dokumentów i publikacji elektronicznych.

Umiejętności (potrafi): stosować zaawansowane metody wyszukiwania z użyciem operatorów, korzystać z chmur obliczeniowych i modeli AI, używać zaawansowanych funkcji formatowania w programach edytorskich oraz dobierać odpowiednie narzędzia, urządzenia i usługi do rozwiązywania problemów.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego samokształcenia i rozwoju w warunkach postępu technologicznego oraz krytycznie ocenia swój poziom wiedzy i umiejętności.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

I.3. Przedmiot ogólnouczelniany

Cel kształcenia: wprowadzenie poszerzonej wiedzy z dziedziny nauk humanistycznych, terminologii i różnych koncepcji badawczych dotyczących omawianego tematu.

Treści merytoryczne: wykład stanowi monograficzne, całościowe ujęcie wybranego zagadnienia z dziedziny nauk humanistycznych, np. etyka, antropologia kulturowa, poprawna polszczyzna w praktyce, herstory – kobiety w historii, zagadnienia literatury współczesnej, praktyczna filozofia przyrody, starożytne religijne i filozoficzne spojrzenie na świat.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcia, terminy i podstawowe założenia badawcze z omawianego zakresu wiedzy.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać poznaną wiedzę w różnych sytuacjach zawodowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): korzystania w życiu zawodowym i społecznym z różnych obszarów wiedzy.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II. GRUPA TREŚCI PODSTAWOWYCH

II.1. Teorie komunikacji cyfrowej

Cel kształcenia: zapoznanie z kluczowymi teoriami oraz modelami i narzędziami zautomatyzowanej analizy komunikacji cyfrowej w kontekście współczesnych mediów i technologii; dostarczenie wiedzy na temat procesów przekazu informacji w środowisku cyfrowym, wpływu na społeczeństwo i kulturę oraz wypracowanie umiejętności krytycznej analizy zjawisk komunikacyjnych zachodzących w sieci.

Treści merytoryczne: podstawowe koncepcje, modele i zautomatyzowane narzędzia analizy komunikacji w środowisku cyfrowym; analiza współczesnych, teorii komunikacji oraz ich adaptacji do mediów cyfrowych, w tym zagadnienia interaktywności, hipertekstualności i multimedialności; komunikacja sieciowa, mediacja technologiczna oraz wpływ algorytmów i sztucznej inteligencji na przepływ informacji; teorie odbioru, komunikacji masowej i interpersonalnej w kontekście mediów społecznościowych, platform streamingowych oraz gier cyfrowych; mechanizmy dezinformacji, kreacji tożsamości w sieci oraz zmiany w relacjach społecznych, wynikające z cyfryzacji komunikacji.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): główne teorie i modele komunikacji, dostosowane do środowiska cyfrowego; procesy komunikacyjne zachodzące w mediach sieciowych, w tym interaktywność, hipertekstualność i algorytmizację przekazu; wpływ technologii cyfrowych na relacje społeczne i kulturę; mechanizmy dezinformacji oraz kształtowania tożsamości w przestrzeni internetowej.

Umiejętności (potrafi): analizować i interpretować procesy komunikacyjne w środowisku cyfrowym; stosować teorie komunikacji do badania mediów cyfrowych i zjawisk sieciowych; identyfikować oraz oceniać wpływ technologii na relacje społeczne i kulturę; krytycznie analizować przekazy medialne, w tym mechanizmy dezinformacji; oceniać rolę algorytmów i sztucznej inteligencji w komunikacji cyfrowej; skutecznie komunikować się w środowisku sieciowym z uwzględnieniem specyfiki mediów cyfrowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznego i świadomego uczestnictwa w komunikacji cyfrowej; odpowiedzialnego korzystania z mediów cyfrowych z poszanowaniem zasad etyki i rzetelności informacji; analizowania wpływu technologii na relacje międzyludzkie i życie społeczne; otwartego podejmowania dyskusji na temat wyzwań związanych z dezinformacją i algorytmizacją

przekazu; podejmowania działań na rzecz budowania świadomej i odpowiedzialnej komunikacji w sieci; ciągłego poszerzania wiedzy o współczesnych mediach i technologiach w celu lepszego rozumienia procesów społecznych i kulturowych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.2. Komunikacja medialna i społeczna

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zagadnień komunikacji społecznej i medialnej; prezentacja przydatności wiedzy z tej dziedziny w praktyce zawodowej obejmującej tradycyjne i nowoczesne media, takie jak telewizja, radio, prasa, portale internetowe oraz media społecznościowe; wdrożenie do samodzielnego zgłębiania wiedzy o procesach przekazywania informacji, o kształtowaniu opinii publicznej oraz budowaniu relacji z różnymi grupami odbiorców; zdobycie praktycznych umiejętności w zakresie wymiany informacji i znaczeń w relacjach międzyludzkich oraz w interakcjach grupowych; przeciwdziałanie fałszywym informacjom.

Treści merytoryczne: definicja komunikacji społecznej i medialnej; komunikacja jako proces społeczny; funkcje komunikacji społecznej: informacyjna, edukacyjna, rozrywkowa; elementy procesu komunikacji; typy komunikacji; komunikowanie interpersonalne; komunikacja interpersonalno-medialna; formy i płaszczyzny komunikacji: werbalna, niewerbalna, spotkania, rozmowy, debaty, media społecznościowe, kampanie informacyjne; strategie komunikacji: storytelling, personalizacja treści, fake news i dezinformacja; algorytmy i bańki informacyjne, wpływ mediów na zamknięte kręgi informacyjne.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zagadnienia z zakresu komunikacji medialnej i społecznej.

Umiejętności (potrafi): komunikować się z otoczeniem, przetwarzać i przekazywać informacje; identyfikować dezinformację medialną, promować wartości obywatelskie i demokratyczne w mediach, wpływać na postawy, decyzje i zachowania; precyzyjnie i zrozumiale formułować komunikaty.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): zachowania się w sposób profesjonalny, empatycznego podejścia do potrzeb i emocji odbiorców, zapewnienia – zgodnie z zasadami etyki – uczciwości, wiarygodności i przejrzystości przekazu medialnego.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.3. Metody badań

Cel kształcenia: wprowadzenie w wybrane problemy dotyczące teorii i praktyki w typologii współczesnych mediów; praktyczne stosowanie różnorodnych metod badawczych w odniesieniu do badań mediów elektronicznych właściwych dla nauk społecznych i humanistycznych; ukazanie zakresów i narzędzi budowy narracji medialnej; pokazanie zasad formułowania hipotez badawczych i narzędzi, za pomocą których je weryfikujemy.

Treści merytoryczne: stosowanie metody analizy zawartości mediów elektronicznych w tym nowych mediów; badania sondażowe – technika ankiety; badania mediów elektronicznych w praktyce.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody i narzędzia badawcze wykorzystywane w badaniu rynku mediów.

Umiejętności (potrafi): prowadzić badania mediów; rozróżniać orientacje w metodologii badań medioznawczych; formułować problemy badawcze; dobierać adekwatne metody, techniki i konstruować narzędzia badawcze; wnioskować, opracowywać oraz przedstawiać wyniki badań, jak również wskazać dalsze ich etapy i kierunki.

Kompetencje społeczne (jest gotów): dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddawania ją świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

II.4. Zarządzanie informacją i wiedzą w erze cyfrowej

Cel kształcenia: zapoznanie z wybranymi zagadnieniami z zakresu zarządzania zasobami informacji oraz dzielenia się wiedzą we współczesnym świecie; przygotowanie do świadomego korzystania i rozpowszechniania informacji i wiedzy.

Treści merytoryczne: pojęcia informacji i wiedzy; cechy, rodzaje oraz relacje pomiędzy pojęciami podstawowymi; modele oraz poziomy zarządzania informacją i wiedzą; infosfera i społeczeństwo wiedzy; gromadzenie, selekcja i rozpowszechnianie informacji i wiedzy; kompetencje informacyjne, jakość i wiarygodność informacji i wiedzy w sieci, źródła informacji i wiedzy, bazy danych w sieci, prawa informacji; użytkownicy informacji i wiedzy, potrzeby i zachowania informacyjne, dzielenie się informacją i wiedzą w erze cyfrowej, bariery w dostępie do informacji i wiedzy; twórcy informacji i wiedzy oraz specjaliści i eksperci z różnych branż w sieci – studia przypadku.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zagadnienia z zakresu zarządzania informacją i wiedzą oraz dzielenia się wiedzą w erze cyfrowej.

Umiejętności (potrafi): krytycznie analizować zawartość źródeł informacji w sieci, komunikować się z otoczeniem i dzielić się wiedzą.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): świadomego korzystania i rozpowszechniania wiarygodnych informacji; odpowiedzialnego dzielenia się wiedzą w cyfrowym świecie.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.5. Wykład monograficzny

Media polonijne online

Cel kształcenia: poznanie wielości i różnorodności mediów polonijnych oraz polskojęzycznych, funkcjonujących online w wybranych krajach europejskich i na całym świecie; przedstawienie historii i stanu obecnego diaspor polskich w danych krajach.

Treści merytoryczne: historia emigracji polskiej na przestrzeni wieków; organizowanie się i działalność diaspor polskich w przeszłości i obecnie; twórcy mediów polonijnych i polskojęzycznych online, rodzaje mediów (e-gazety, portale, rozgłośnie internetowe, programy telewizyjne online) oraz analiza ich treści; sposoby popularyzacji polskości poza granicami ojczyzny.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): sposoby funkcjonowania mediów polonijnych i polskojęzycznych w Europie i na całym świecie; rolę mediów oraz języka polskiego w kształtowaniu życia społecznego i kultury diaspor polskich w wybranych krajach.

Umiejętności (potrafi): analizować i porównywać media działające w Polsce z mediami polonijnymi i polskojęzycznymi, rozpatrywać funkcjonowanie mediów poza granicami Polski na tle przemian historycznych i społecznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): otwartości i zainteresowania społecznościami polskimi poza ojczyzną, ich działalnością społeczną, medialną i podtrzymującą polskość.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

Product placement w produkcjach audiowizualnych

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zagadnień z zakresu reklamy typu product placement; prezentacja przydatności wiedzy z tej dziedziny w medioznawstwie i w praktyce zawodowej związanej z marketingiem kreatywnym; wdrożenie do samodzielnego zgłębiania wiedzy i analizowania użyteczności product placementu.

Treści merytoryczne: istota, znaczenie, korzyści i ograniczenia product placementu; historia i ewolucja, definicja, zakres, rodzaje, aspekty etyczne i prawne product placementu; reklama podprogowa; różnice i podobieństwa do innych form reklamowych; skuteczność product placementu i oddziaływanie na konsumenta.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): specyfikę product placementu i podobnych form reklamowych.

Umiejętności (potrafi): przetwarzać i przekazywać informacje na temat product placementu, rozpoznawać rodzaje product placementu, wskazywać wady i zalety product placementu.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): udziału w dyskusji na temat skuteczności i społecznego oddziaływania product placementu; aktualizowania wiedzy na temat product placementu.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.6. Etyczne dylematy współczesności

Cel kształcenia: systematyczna prezentacja i opis najważniejszych problemów i dylematów moralnych współczesnego człowieka, szeroko dyskutowanych w przestrzeni społeczno-medialnej; przedstawienie różnych nurtów, podejść i stanowisk etycznych w odniesieniu do nich.

Treści merytoryczne: prezentacja fundamentalnych kwestii etycznych i bioetycznych, jakie niesie ze sobą współczesna kultura *in sensu largo*. Poddanie wspólnej refleksji dylematów etycznych, które są istotnym elementem debaty publicznej i przedmiotem indywidualnego namysłu człowieka; ukazanie zagadnień natury etycznej i bioetycznej w powiązaniu ze współczesną kondycją człowieka na tle aksjomoralnej refleksji na przestrzeni dziejów etyki; analiza dylematów pojawiających się w konsekwencji rozwoju nauki i techniki w obszarach związanych z granicami ludzkiego życia jednostkowego i społecznego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): dylematy etyczne współczesności, rozpoznaje je w kontekście zagrożeń w życiu moralnym człowieka i w przestrzeni społecznej; złożony charakter dylematów etycznych na gruncie współczesnej kultury etycznej; powiązania pomiędzy etyką, bioetyką, antropologią filozoficzną i różnymi rodzajami światopoglądów i religiami, z których wypływają specyficzne doktryny moralne.

Umiejętności (potrafi): zidentyfikować, określić oraz dostrzec różnorakie kwestie etyczne w zakresie indywidualnej egzystencji ludzkiej oraz w życiu społecznym we współczesnym świecie; prowadzić merytoryczną debatę dotyczącą aktualnych zagadnień etycznych, formułować w sposób rzeczowy oraz uzasadniać i komunikować argumenty wynikające z własnego punktu widzenia, ale także z punktu widzenia różnych stanowisk etycznych; wejść w polemikę i racjonalnie zwerbalizować własne opinie; bezstronnie i obiektywnie argumentować na rzecz określonego stanowiska, wykorzystując poglądy własne oraz innych autorów, rzetelnie je przedstawiając oraz konstruktywnie oceniając podczas dyskusji w grupie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): analitycznej i krytycznej oceny specyficznych fenomenów współczesnej kultury etycznej, wyjaśniając ich istotę; zajęcia stanowiska etycznego dotyczącego dylematów moralnych; weryfikacji własnych postaw i zapatrywań wraz z pojawieniem się nowych argumentów wynikających z postępu badań naukowych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.7. Główne nurty kultury współczesnej

Cel kształcenia: systematyczny oraz syntetyczny opis nurtów, kierunków, prądów oraz innych zjawisk kultury i sztuki współczesnej, w tym zagadnień z dziedziny socjologii kultury, filozofii kultury, z elementami antropologii kulturowej, które kształtowały polską, a także światową kulturę w XX w. oraz refleksję teoretyczną nad nią, stanowiąc genezę współczesności.

Treści merytoryczne: charakterystyka najważniejszych zjawisk, kształtujących polską i światową kulturę ubiegłego stulecia i początku XXI w.; opis najważniejszych prądów, nurtów i kierunków w sztuce i kulturze XX w., zwłaszcza tych, które oddziaływały na wiele różnych dziedzin i obszarów kultury współczesnej, modernizm, postmodernizm, kontestacja; rozwój kultury alternatywnej; różne oblicza XX-wiecznej awangardy na przykładzie przemian w sztuce teatralnej XX w.; zmiany postaw wobec religii w XX i XXI w., audiowizualność współczesnej kultury; zarys klasycznych teorii analizujących i interpretujących niektóre zjawiska współczesnej kultury.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): złożony charakter zjawisk współczesnej kultury; niektóre teorie służące głębszemu rozumieniu zjawisk występujących we współczesnej kulturze.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać różnorodne komponenty współczesnej kultury, samodzielnie charakteryzować i oceniać obecne w niej nurty i zjawiska.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznej oceny różnorodnych zjawisk współczesnej kultury, ciąglego samokształcenia w tej dziedzinie oraz uczestnictwa w kulturze.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.8. Digital culture

Cele kształcenia: wprowadzenie w interdyscyplinarne koncepcje kultury, funkcjonującej w zdigitalizowanym, cyfrowym świecie, obejmujące sztukę, relacje społeczne i komunikację; zapoznanie z terminologią i metodologią praktykowania i opisu digital culture; prezentacja nowych zjawisk kultury, ekspresji i estetyki związanej z obecnością nowych technologii; analiza różnorodnych form uczestnictwa w kulturze cyfrowej; rozumienie znaczenia humanistyki cyfrowej jako przestrzeni przeobrażeń relacji podmiotu z drugim człowiekiem, z kulturą i ze sztuką, które następują za sprawą technologii cyfrowych.

Treści merytoryczne: definiowanie i opis nowych obszarów aktywności w obszarze kultury, sprzyjających działaniom eksperymentalnym, partycypacyjnym, wspólnotowym, interdyscyplinarnym, powstającym w sytuacji kooperacji kultury, technologii i edukacji; definicje kultury cyfrowej, teorie i metodologie badań digital culture; instytucje, inicjatywy i wydarzenia popularyzujące refleksję nad fenomenem digital culture (m.in. CSW Łażnia w Gdańsku, Centrum Sztuki WRO, StoryCode Warsaw, Outriders Klub, Medialab Gdańsk); nowe języki i narzędzia budowania interaktywnych narracji; digital culture w instytucjach kultury; sztuka cyfrowa; literatura cyfrowa; cyfrowe dziennikarstwo; muzea cyfrowe; technologie cyfrowe w teatrze; biblioteki cyfrowe.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): historię, terminologię, teorię i metodologię badań kultury cyfrowej i nowych mediów w zakresie ogólnym; związek technologii cyfrowych z kształtem współczesnej cywilizacji w zakresie ogólnym; podstawy interpretacji tekstów kultury.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać, analizować i interpretować różnorodne nowoczesne teksty kultury z obszarów literatury i mediów, teatru, filmu, sztuk wizualnych, praktyk muzealnych, gier, powstałe za sprawą technologii cyfrowych; rozpoznawać ich znaczenie społeczno-kulturowe, estetyczne i etyczne.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uczestnictwa w różnorodnych formach życia kulturalnego; odpowiedzialnego i etycznego korzystania z nowoczesnych produktów kultury cyfrowej i praktyk kulturowych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

II.9. Zarządzanie własną firmą

Cel kształcenia: przygotowanie do prowadzenia i zarządzania własną działalnością gospodarczą, ze szczególnym uwzględnieniem praktycznych umiejętności przygotowywania biznesplanu (z wykorzystaniem modelu Canvas); zapoznanie z metodami i etapami przygotowywania planu marketingowego, z wykorzystaniem wiedzy na temat strategii marketingowych.

Treści merytoryczne: zarządzanie firmą – teoria i praktyka; wprowadzenie do modelowania biznesowego z elementami design thinking; istota zarządzania, współczesne modele zarządzania firmą, strategie marketingowe; współczesne strategie komunikacyjne i PR; model Canvas – warsztat praktyczny; plan marketingowy – warsztat praktyczny.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawową terminologię z zakresu marketingu i zarządzania oraz zasady przygotowywania biznesplanów, jak również funkcjonowania strategii marketingowych i komunikacyjnych w przestrzeni biznesowej i medialnej.

Umiejętności (potrafi): pozyskiwać informacje z różnych źródeł i przygotowywać biznesplany; integrować uzyskane informacje oraz dokonywać ich interpretacji; identyfikować problemy związane z zarządzaniem firmą; zaplanować funkcjonowanie i rozwój własnej firmy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): interpretowania zjawisk biznesowych i gospodarczych; poszerzania kompetencji zawodowych; ciągłego samokształcenia; świadomego zarządzania własną firmą.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III. GRUPA TREŚCI KIERUNKOWYCH

III.1.a. Seminarium magisterskie i praca dyplomowa I

Cel kształcenia: zapoznanie z zasadami pisania prac dyplomowych; wstępne rozpoznanie zainteresowań badawczych, określenie obszaru i zakresu badań zgodnie z obszarem badań promotora i wstępne ustalenia dotyczące metodologii, zmierzające do sformułowania tematu pracy magisterskiej, a na dalszym etapie do przygotowania pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: technika pisania prac magisterskich zgodnie z wymogami naukowymi danej dyscypliny i subdyscypliny; zasady bibliologiczne; gromadzenie literatury przedmiotowej i podmiotowej; metodologia badań nauk o komunikacji społecznej i mediach lub dyscyplin pokrewnych, zależnie od tematyki seminarium; wstępna koncepcja tematu pracy magisterskiej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): w pogłębionym stopniu metodologię badań nauk o komunikacji społecznej i mediach lub/i dyscyplin pokrewnych, związanych z prowadzonymi badaniami; technikę pisania prac magisterskich, w tym zasady edycji tekstu, sporządzania bibliografii i przypisów.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, selekcjonować i analizować informacje z różnych źródeł, zgodnie z wybraną metodologią badawczą w dyscyplinie i subdyscyplinie, związanej z prowadzonymi badaniami; dobierać metody i narzędzia badawcze adekwatne wobec prowadzonych badań; prowadzić kwerendę naukową, z podziałem na literaturę podmiotu i przedmiotu, dobierać właściwy materiał badawczy i selekcjonować go zgodnie ze wstępnymi założeniami metodologicznymi, poprawnie sporządzać bibliografię.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy; współpracy z promotorem w przygotowaniu planu badań.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1.b. Seminarium magisterskie i praca dyplomowa II

Cel kształcenia: poszerzenie i pogłębienie wiedzy związanej z prowadzonymi badaniami; doprecyzowanie obszaru badań, konkretyzacja metodologii, sformułowanie tematu pracy magisterskiej, przygotowanie wstępnej bibliografii i samodzielna praca badawcza zmierzająca do przygotowania co najmniej jednego rozdziału pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: szczegółowe zagadnienia merytoryczne związane z prowadzonymi badaniami; zasady prowadzenia celowej kwerendy i opracowywania literatury przedmiotu i podmiotu, a także prasowych, audialnych i audiowizualnych materiałów badawczych; wstępna analiza materiałów źródłowych; opracowanie rozdziału teoretycznego pracy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): w pogłębionym stopniu teorię i metodologię badań z zakresu dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach; zagadnienia szczegółowe, dotyczące problematyki przygotowywanej pracy magisterskiej.

Umiejętności (potrafi): selekcjonować, analizować i oceniać informacje z różnych źródeł, zgodnie z wybraną metodologią badawczą w dyscyplinie związanej z prowadzonymi badaniami oraz prezentować wstępne wyniki badań; dobierać metody i narzędzia badawcze do rozwiązywania złożonych problemów, pojawiających się w toku przygotowywania pracy magisterskiej; wykorzystywać zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne do gromadzenia materiału badawczego; prowadzić krytyczną analizę i interpretację materiałów źródłowych różnego typu (tekstów, materiałów graficznych, audialnych, audiowizualnych, cyfrowych itp.); prowadzić celową kwerendę biblioteczną, wykorzystując różne bazy danych, poprawnie redagować i edytować tekst, zgodnie z zasadami praktycznej stylistyki tekstu naukowego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy; prowadzenia samodzielnej pracy badawczej oraz pracy nad tekstem naukowym; współpracy z promotorem w celu doskonalenia pracy magisterskiej.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1.c. Seminarium magisterskie i praca dyplomowa III

Cel kształcenia: poszerzenie i pogłębienie specjalistycznej wiedzy merytorycznej i metodologicznej w obszarze badawczym, którego dotyczy praca magisterska i związane z nią badania; przygotowanie części analitycznej pracy magisterskiej.

Treści merytoryczne: analiza zgromadzonego materiału badawczego i umiejętne, poprawne stosowanie adekwatnych metod analizy oraz interpretacji źródeł, zgodnie z założoną metodologią, w tym głównymi oraz szczegółowymi pytaniami badawczymi; prezentowanie i omawianie wyników analizy materiałów źródłowych; samodzielna praca nad rozdziałami analitycznymi pod opieką naukową promotora.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): w pogłębionym stopniu metodologię, związaną z prowadzonymi badaniami oraz jej powiązania z innymi naukami; zagadnienia szczegółowe dotyczące problematyki pracy magisterskiej, zasady krytycznej analizy materiałów źródłowych różnego typu, poddawane naukowemu opracowaniu podczas przygotowywania pracy magisterskiej.

Umiejętności (potrafi): analizować, oceniać oraz interpretować materiały źródłowe oraz literaturę przedmiotu w sposób krytyczny i kreatywny, dostosowywać metody i narzędzia badawcze do specyfiki analizowanego materiału oraz założeń metodologicznych za pomocą narzędzi właściwych dla dyscypliny, związanej z prowadzonymi badaniami, a także prezentować wyniki badań i analiz; posługiwać się złożonymi teoriami w celu formułowania i weryfikowania hipotez, związanych z określonymi problemami badawczymi; merytorycznie argumentować na podstawie zdobytej wiedzy, formułując wnioski i tworząc syntetyczne podsumowania; tworzyć złożone prace pisemne o charakterze naukowym w dyscyplinie naukowej, związanej z prowadzonymi badaniami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego zdobywania wiedzy i doskonalenia umiejętności badawczych; krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy oraz umiejętności językowych, analitycznych, badawczych oraz współpracy z opiekunem naukowym w realizacji planu badawczego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.1.d. Seminarium magisterskie i praca dyplomowa IV

Cel kształcenia: finalizacja samodzielnej pracy badawczej i poprawne pod względem naukowym, językowym i technicznym zredagowanie kompletnej pracy magisterskiej w dyscyplinie związanej z prowadzonymi badaniami.

Treści merytoryczne: pogłębione szczegółowe zagadnienia merytoryczne z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, związanych z prowadzonymi badaniami; syntetyczne podsumowanie badań i prezentacja wniosków w zakończonej pracy magisterskiej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): w pogłębionym stopniu teorię i metodologię badań z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, związanych z prowadzonymi badaniami; zagadnienia szczegółowe dotyczące problematyki pracy magisterskiej w obrębie dyscypliny badawczej.

Umiejętności (potrafi): analizować, oceniać oraz interpretować literaturę przedmiotu oraz materiały badawcze o różnym charakterze, zgodnie z wybraną metodologią badawczą oraz prezentować opracowane wyniki badań; dostosowywać istniejące metody i narzędzia badawcze lub opracowywać nowe, w oparciu o poprawnie dobraną bazę teoretyczną; merytorycznie argumentować na podstawie zdobytej wiedzy, poprawnie formułować wnioski; tworzyć prace pisemne o charakterze naukowym, wykorzystując własne badania, jak również teksty o charakterze naukowym stosownie do stanu badań w swojej dyscyplinie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznej oceny swojej wiedzy w dyscyplinie naukowej, w której mieszczą się badania opracowane w pracy magisterskiej; współpracy z promotorem w realizacji planu badawczego; samodzielnego zdobywania wiedzy i doskonalenia swoich umiejętności badawczych, analitycznych, językowych, interpretacyjnych, komunikacyjnych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.2. Storytelling

Cel kształcenia: wykształcenie umiejętności opowiadania historii, dzięki której możliwe będzie wybranie odpowiedniego typu narracji dla skutecznego i atrakcyjnego komunikowania się, zarówno w mowie, piśmie, jak i przekazach audiowizualnych.

Treści merytoryczne: współczesność do opowiedzenia; storytelling jako podstawa przekazu medialnego i jako dokonywanie wyboru; rola narratora; relacja z odbiorcą, czyli wyobrażenia i realia; storytelling a budowanie wspólnoty; budowanie napięcia i funkcja zwrotu akcji; szczegół jako punkt wyjścia; typy bohaterów; związki (między)gatunkowe; gry afektywne; odpowiedź na pytanie, co może być tekstem; przyszłość storytellingu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): wagę storytellingu we współczesnym przekazie medialnym, podstawowe zagadnienia związane ze sztuką opowiadania.

Umiejętności (potrafi): rozpoznać typy opowieści oraz ich rolę pełnioną w skutecznej komunikacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): podejmowania wyzwań związanych z kształtowaniem autorskich narracji, dzięki którym zintensyfikowaniu ulega atrakcyjność i skuteczność przekazu.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.3. Netykieta

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zasad savoir-vivre, etykiety towarzyskiej i zawodowej, zapoznanie się z normami kurtuazji, przydatnymi w procesach komunikacji w sieci; uświadomienie, że celem netykiety jest stworzenie dobrych ram dla działania danej społeczności internetowej oraz przeciwdziałanie negatywnym zjawiskom.

Treści merytoryczne: podstawowe zasady savoir-vivre w sieci, kultura zawodowa i kultura na co dzień, komunikacja międzyludzka, etykieta spotkań on-line, etykieta konferencyjna, netykieta a wizerunek uczestników komunikacji sieciowej; międzynarodowy protokół dyplomatyczny jako źródło netykiety.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): normy kurtuazji przydatne w procesie komunikacji w sieci; na poziomie rozszerzonym rolę mediów i języka polskiego w kształtowaniu życia społecznego i kultury; źródła wiedzy na temat etykiety w życiu zawodowym; językowe środki z zakresu komunikacji perswazyjnej, techniki argumentacyjne oraz chwyt retoryczny właściwe dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

Umiejętności (potrafi): komunikować się w sieci w sposób zgodny z etykietą; ocenić zachowania innych osób w w/w kontekście w zależności od sytuacji; wykorzystywać wiedzę na temat etykiety oraz zasad i norm etycznych w komunikacji sieciowej; formułować i wyrażać własne poglądy w ważnych sprawach społecznych i etycznych; samodzielnie zdobywać wiedzę na temat netykiety, konstruować argumenty, odwołując się do współczesnej przestrzeni medialnej.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności; rozstrzygania dylematów związanych z komunikacją w sieci; współdziałania w grupie, przyjmując

w niej różne role; wykorzystania zdobytej wiedzy oraz jej zastosowania; stosowania zasad etykiety w środowisku sieciowym.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.4. Wystąpienia publiczne i prezentacja projektów

Cel kształcenia: przedstawienie najważniejszych zasad z zakresu sztuki wystąpień publicznych; poznanie różnych form wystąpień publicznych; wskazanie przydatności umiejętności z zakresu wystąpień publicznych i prezentacji projektów w życiu zawodowym; wdrożenie do samodzielnego rozwijania umiejętności z zakresu wystąpień publicznych i prezentacji projektów.

Treści merytoryczne: podstawy retoryki: kompozycja, argumentacja, styl; różne rodzaje wystąpień publicznych (elevator pitch, lightning talk i in.); zasady tworzenia i wykorzystywania prezentacji multimedialnych; komunikacja niewerbalna podczas wystąpienia publicznego; reagowanie na pytania publiczności.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady tworzenia wystąpień publicznych z dbałością o styl; argumentację, kompozycję; możliwości wykorzystania prezentacji multimedialnych podczas wystąpień publicznych; rolę komunikacji niewerbalnej w wystąpieniach publicznych; zakres wykorzystania sztuki wystąpień publicznych w praktyce zawodowej oraz w procesie rekrutacyjnym.

Umiejętności (potrafi): poddać rzeczowej analizie przedstawiane na zajęciach wystąpienia, stworzyć prezentację multimedialną i odpowiednio ją wykorzystać, wdrożyć poznane zasady w celu stworzenia własnego wystąpienia.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia umiejętności z zakresu wystąpień publicznych i prezentacji projektów, aktywnego i świadomego udziału w życiu publicznym dzięki umiejętnościom retorycznym.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.5. Przedmiot do wyboru I

Polska publicystyka społeczno-kulturalna

Cel kształcenia: uzyskanie wiedzy na temat wiodących motywów obecnych we współczesnych tekstach kultury i wykorzystywanych w tekstach publicystycznych o charakterze społeczno-kulturalnym; wypracowanie praktycznej umiejętności zabierania głosu za pomocą tekstów publicystycznych oraz zdolności krytycznego myślenia nad problematyką społeczno-kulturalną.

Treści merytoryczne: publicystyka społeczno-kulturalna jako komentarz do rzeczywistości; czasopisma społeczno-kulturalne – od papieru do internetu; felietonistyka na łamach tzw. prasy kolorowej; felietonistyka w tygodnikach opinii; kanały książkowe na YouTube; era TikToka – czy jeszcze krytyka literacka?; zajęcia warsztatowe: recenzja książki; powieść graficzna, czyli komiks i poważne sprawy; nowe rytuały jako efekt dominacji telewizji jakościowej; zajęcia warsztatowe: krytyka serialowa; spotkanie autorskie jako praktykowanie publicystyki na żywo; zabrać głos w sprawie – miejsce i forma publicystycznego przekazu; prasa – radio – telewizja – media tradycyjne w nowych mediach; memy – czy to też publicystyka?

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): metody interpretacji i analizy tekstów kultury oraz zjawisk społeczno-kulturalnych.

Umiejętności (potrafi): dokonywać wyboru odpowiednich do danych problemów gatunków publicystycznych i w ramach ich wykorzystania skutecznie argumentować i zabierać głos w sprawie.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): wyrażania własnego zdania z poparciem posiadanej wiedzy ogólnej, a także do swobodnego posługiwania się gatunkami publicystycznymi w praktyce.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

Reportaż i dokument radiowy

Cel kształcenia: poznanie praktycznych aspektów pracy reportażysty i dokumentalisty radiowego; pokazanie reportażu i dokumentu radiowego jako wyjątkowej formy narracji, opisującej w sposób ponadczasowy najważniejsze zjawiska i wydarzenia współczesnego świata.

Treści merytoryczne: praktyczne aspekty pracy z materiałem audialnym, omówienie kanonicznych reportażu i dokumentów, jak również zasad ich budowy; analiza polskich szkół reportażu radiowego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): istotę gatunku i jego recepcję.

Umiejętności (potrafi): analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje ze źródeł niezbędnych przy pracy nad reportażem radiowym; formułować i wyrażać własne poglądy i idee

w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych, analizując problematykę związaną z reportażem.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych związanych z działalnością zawodową z zachowaniem postawy prospołecznej i poczucia odpowiedzialności, a także do prawidłowego posługiwania się systemami normatywnymi i postępowania zgodnego z etosem zawodowym.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.6. Polska publicystyka polityczna

Cel kształcenia: wyjaśnienie znaczenia roli mediów i ich wpływu na kształtowanie opinii publicznej oraz społeczeństwa obywatelskiego; omówienie zasad analizy treści wybranych audycji radiowych i telewizyjnych, portali internetowych i mediów społecznościowych z uwzględnieniem ich formy oraz sposobu prowadzenia dyskursu politycznego.

Treści merytoryczne: publicystyka – problemy definicyjne; internetowe, radiowe i telewizyjne gatunki dziennikarskie; polemika polityczna, nadawca i odbiorca w polskiej publicystyce politycznej; marketing polityczny vs społeczeństwo obywatelskie; perswazja i stronniczość w przekazie medialnym; oferta programowa polskich mediów publicznych i komercyjnych w zakresie polityki krajowej i zagranicznej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): znaczenie roli mediów w kształtowaniu opinii publicznej oraz społeczeństwa obywatelskiego; podstawowe zasady socjotechniczne, wykorzystywane w przekazie medialnym; definicje i klasyfikacje publicystycznych gatunków dziennikarskich.

Umiejętności (potrafi): analizować przekaz medialny przez pryzmat zasad etyki dziennikarskiej; dokonywać oceny przekazu medialnego z uwzględnieniem zasady obiektywizmu i proweniencji politycznej; myśleć i działać w sposób kreatywny.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia zdobytej wiedzy i umiejętności; uczenia się przez całe życie; współdziałania i pracy w grupie oraz do samodzielnego rozwiązywania problemów.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.7. Wprowadzenie do technologii wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami technologii wirtualnej (VR) i rozszerzonej rzeczywistości (AR); nabycie wiedzy o narzędziach, metodach oraz zastosowaniach VR/AR w różnych dziedzinach; zdobycie umiejętności krytycznej analizy, projektowania oraz oceny interaktywnych doświadczeń immersyjnych.

Treści merytoryczne: podstawowe pojęcia oraz różnice między technologiami VR i AR; Rozwój technologii VR i AR (kluczowe etapy, sprzęt i oprogramowanie); techniczne aspekty działania VR i AR, np. urządzenia wejścia i wyjścia, w tym gogle, sensory i kontrolery; wykorzystanie silników graficznych, np. Unity i Unreal Engine; zasady projektowania doświadczeń immersyjnych z naciskiem na interaktywność i user experience; zastosowanie VR i AR w takich obszarach, jak edukacja, medycyna, sztuka, przemysł i rozrywka; wyzwania technologiczne, takie jak ergonomia, motion sickness czy aspekty etyczne; analiza przyszłych trendów i innowacji, które mogą znacząco wpłynąć na społeczeństwo; tworzenie prostych aplikacji VR i AR.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe pojęcia, terminologię oraz różnice między technologią wirtualnej (VR) i rozszerzonej rzeczywistości (AR); historię rozwoju oraz główne etapy ewolucji technologii immersyjnych; zasady działania sprzętu i oprogramowania VR/AR, w tym gogli, kontrolerów, sensorów oraz silników graficznych, takich jak Unity i Unreal Engine; obszary zastosowań VR i AR w różnych dziedzinach, takich jak edukacja, medycyna, przemysł, rozrywka i sztuka; wyzwania związane z ergonomią, motion sickness oraz aspekty etyczne korzystania z technologii immersyjnych; aktualne trendy oraz przyszłe kierunki rozwoju technologii VR/AR i ich potencjalny wpływ na społeczeństwo.

Umiejętności (potrafi): wykorzystywać podstawowe narzędzia i technologie związane z wirtualną (VR) oraz rozszerzoną rzeczywistością (AR); analizować oraz oceniać zastosowania VR i AR w różnych dziedzinach, takich jak edukacja, medycyna, sztuka czy przemysł; identyfikować techniczne i etyczne wyzwania związane z tworzeniem i użytkowaniem środowisk wirtualnych i rozszerzonych; gromadzić oraz przetwarzać dane potrzebne do projektowania doświadczeń immersyjnych; krytycznie oceniać funkcjonalność oraz jakość aplikacji VR/AR; współpracować w zespole projektowym przy tworzeniu prostych rozwiązań immersyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy w zespole projektowym przy tworzeniu rozwiązań opartych na technologii VR i AR; krytycznego podejścia do procesów projektowania i oceny

immersyjnych doświadczeń; uwzględniania etycznych, społecznych i technologicznych konsekwencji związanych z użytkowaniem VR i AR; otwartego podejmowania dyskusji na temat zastosowań technologii immersyjnych w różnych dziedzinach życia; ciągłego poszerzania wiedzy i doskonalenia umiejętności w obszarze wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości; odpowiedzialnego korzystania z technologii immersyjnych z poszanowaniem zasad ergonomii, komfortu użytkownika oraz norm etycznych; podejmowania świadomych decyzji dotyczących rozwoju i wdrażania nowoczesnych rozwiązań immersyjnych w kontekście społecznym i zawodowym.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.8. Warsztat tworzenia treści wideo

Cel kształcenia: zapoznanie z problematyką tworzenia internetowych treści wideo, w tym ich planowania, nagrywania, montażu i publikacji; poznanie sposobów tworzenia i publikowania materiałów wideo, rozwijania kanałów internetowych oraz analizowania treści w kontekście najlepszych praktyk.

Treści merytoryczne: wideo tradycyjne vs. wideo online – różnice i specyfika; platformy wideo YouTube jako medium dominujące dla treści audiowizualnych, a także inne, jak TikTok czy Instagram – analiza funkcjonalności; specyfika platform oraz treści: tiktoki, shortsy, rolki; produkcja filmów: planowanie, scenariusz, oświetlenie, nagłośnienie, montaż; tworzenie i rozwój kanału YouTube; case studies uznanych twórców internetowych; regularne omawianie i analiza produkcji studenckich.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): specyfikę platform wideo oraz zasad rządzących publikacją materiałów audiowizualnych na poszczególnych platformach; różnice między tradycyjnym wideo a wideo online, a także funkcjonowanie algorytmów platform oraz metody optymalizacji treści.

Umiejętności (potrafi): planować, nagrywać oraz montować filmy; umiejętnie rozwijać własny kanał na YouTube; tworzyć wartościowe i atrakcyjne treści wideo; analizować materiały w kontekście odbiorców i wymagań platform internetowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): rozwijania zdolności efektywnej współpracy w grupie; aktywnego udziału w dyskusjach oraz podejmowania wspólnych decyzji w procesie tworzenia treści; odpowiedzialnego podejścia do publikacji materiałów audiowizualnych, a także otwartości na krytykę i doskonalenia swojej pracy, co pozwoli sprostać wyzwaniom środowiska cyfrowego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.9. Analiza danych medialnych

Cel kształcenia: zapoznanie ze współczesnymi sposobami pozyskiwania danych, dotyczących mediów elektronicznych oraz z technikami ich analizy.

Treści merytoryczne: sposoby i narzędzia pozyskiwania danych dotyczących oglądalności i słuchalności mediów oraz ich analiza; dane medialne nieoparte na oglądalności i słuchalności, jak również ich analiza; dane dotyczące efektywności reklamy, techniki i narzędzia pozyskiwania danych dotyczących internetu (np. traffic, netPanel, HeatMap) oraz ich analiza.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): techniki badania, wykorzystanie oraz techniki analizy danych statystycznych i jakościowych, dotyczące mediów elektronicznych i reklamy.

Umiejętności (potrafi): pozyskać dane statystyczne i jakościowe, dotyczące mediów elektronicznych i reklamy; zastosować techniki analizy danych statystycznych i jakościowych, dotyczące mediów elektronicznych i reklamy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddawania jej świadomej diagnozie.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.10. Warsztat operatora kamery

Cel kształcenia: poznanie zasad obsługi kamery wideo; opanowanie umiejętności wykorzystania oprzyrządowania peryferyjnego w pracy kamery wideo; zapoznanie się z podstawowymi technikami filmowania; wypracowanie umiejętności praktycznego wykorzystania języka filmu w pracy z kamerą oraz współpracy operatora kamery z innymi członkami grupy realizacyjnej.

Treści merytoryczne: kamera wideo i jej podstawowe funkcje, urządzenia wspomagające pracę kamery, podstawowe techniki filmowania, język filmu w pracy operatora; zasady pracy operatora kamery w ramach grupy realizacyjnej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe techniki operatorskie; zasady wykorzystania kamery i urządzeń peryferyjnych; swoją rolę w środowisku branżowym.

Umiejętności (potrafi): obsłużyć kamerę wideo, zaplanować i przygotować się do zdjęć w konkretnych warunkach realizacyjnych; zaplanować zdjęcia w oparciu o podstawowe zasady adekwatnej techniki operatorskiej

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy z innymi członkami grupy realizacyjnej, zgodnie z zasadami etyki obowiązującymi w branży filmowej.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.11. Fact-checking

Cel kształcenia: przedstawienie fact checkingu jako odpowiedzi na problem dezinformacji; poznanie podstawowych pojęć z zakresu fact checkingu; prezentacja możliwości wybranych aplikacji wykorzystywanych w celu weryfikowania prawdziwości treści; wskazanie przydatności wiedzy z zakresu fact checkingu w praktyce dziennikarza, researchera, twórcy contentu medialnego; wdrożenie do samodzielnego zgłębiania wiedzy o dezinformacji.

Treści merytoryczne: dezinformacja i jej rodzaje; pojęcie wojny informacyjnej, działalność farm trolli, typy fake newsów; wykorzystanie sztucznej inteligencji w celu szerzenia dezinformacji oraz w celu jej zwalczania; aplikacje wykorzystywane do weryfikacji prawdziwości treści, praktyka fact checkingu w zawodzie dziennikarza; podmioty zajmujące się fact checkingiem w Polsce i na świecie; edukacja medialna w zakresie dezinformacji.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zagrożenia związane z dezinformacją, pojęcia z zakresu fact checkingu, aplikacje wykorzystywane w celu weryfikacji prawdziwości treści.

Umiejętności (potrafi): wykorzystać celowo dobrane aplikacje w celu weryfikacji prawdziwości treści, zaproponować działania na rzecz zwiększenia poziomu świadomości dezinformacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): poszerzania wiedzy na temat narzędzi wykorzystywanych w celu weryfikacji prawdziwości treści, świadomego odbioru treści medialnych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.12. Media audiowizualne

Cel kształcenia: zapoznanie z zasadami funkcjonowania mediów audiowizualnych, regulacjami prawnymi i regułami dotyczącymi rozpowszechniania treści oraz inicjowania audiowizualnych usług medialnych.

Treści merytoryczne: problematyka, współczesny rynek i regulacje prawne dotyczące funkcjonowania mediów audiowizualnych oraz rozpowszechniania w nich treści; aspekty praktyczne odnoszące się do ich funkcjonowania.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): wybraną terminologię z zakresu mediów audiowizualnych, w związku z wybranymi współczesnymi zjawiskami zachodzącymi w tym sektorze; relacje między rynkiem medialnym a zachowaniami społecznymi.

Umiejętności (potrafi): posługiwać się terminologią medialną z zakresu audiowizualnych usług medialnych, pozwalającą opisywać zjawiska i procesy oraz trendy na rynku mediów; diagnozować oraz prognozować zjawiska społeczne i ekonomiczne w zakresie rynku medialnego; podejmować proste działania badawcze z zakresu funkcjonowania rynku mediów audiowizualnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): dokształcania się i poszerzania kompetencji zawodowych oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.13. Organizacja produkcji projektów audiowizualnych

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zagadnień związanych z planowaniem i realizacją procesu produkcji audiowizualnych; wdrożenie do samodzielnego przygotowania projektów audiowizualnych i sztuki pitchingu.

Treści merytoryczne: zasady konstruowania projektu audycji/ programu audiowizualnego; development, realizacja zdjęć, postprodukcja, dystrybucja.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): wady i zalety komunikacji audiowizualnej, regulacje prawne i reguły dotyczące produkcji i rozpowszechniania treści audiowizualnych.

Umiejętności (potrafi): komunikować się z otoczeniem, gromadzić, hierarchizować, przetwarzać i przekazywać informacje; przygotować teksty poprawne pod względem merytorycznym i językowym; posługiwać się prostym programem do montażu audiowizualnego; nagrać zdjęcia niezbędne do przygotowania materiału audiowizualnego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności; zachowania się w sposób profesjonalny i etyczny; współdziałania w grupie, przyjmując w niej różne role.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.14. Media audialne

Cel kształcenia: poznanie zagadnień dotyczących funkcjonowania systemu radiofonii i mediów audialnych w Polsce i na świecie; uświadomienie roli, jaką pełnią poszczególne sektory radiofonii (publiczny, komercyjny, społeczny) w kształtowaniu rynku mediów audialnych; rozwój umiejętności analizy procesów i zjawisk na rynku radiowym oraz przygotowanie do aktywnego uczestnictwa w dyskusji dotyczącej kształtu rynku audialnego.

Treści merytoryczne: struktura systemu radiofonii w Polsce, podstawowe jego sektory, takie jak publiczny, komercyjny i społeczny; uczestnicy rynku radiowego: nadawcy, regulatorzy oraz odbiorcy; ramy prawne, ekonomiczne i organizacyjne; podcasting; kierunki badań nad mediami audialnymi w Polsce i na świecie.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe sektory radiofonii (publiczny, komercyjny, społeczny) oraz zasady ich funkcjonowania; normy prawne, organizacyjne i etyczne regulujące działalność mediów audialnych.

Umiejętności (potrafi): analizować zjawiska zachodzące na rynku audialnym; charakteryzować wyzwania, przed jakimi stoją stacje radiowe oraz posługiwać się terminologią związaną z radiofonią i podcastingiem.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): podejmowania dyskusji na temat kształtu rynku radiowego i innych mediów audialnych, samodzielnego pogłębiania wiedzy z zakresu mediów audialnych oraz formułowania opinii opartych na dostępnych danych i analizach.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.15. Produkcja podcastów

Cel kształcenia: zapoznanie z teorią i praktyką podcastingu w kontekście polskim i międzynarodowym; nabycie umiejętności związanych z tworzeniem, montażem, dystrybucją oraz promocją materiałów dźwiękowych.

Treści merytoryczne: pojęcie i typologia podcastów, zasady montażu dźwięku i obsługi sprzętu reporterskiego; proces tworzenia podcastów: od koncepcji, poprzez nagranie i montaż, do dystrybucji i promocji; podcasting jako forma współczesnego dziennikarstwa: aspekty prawne, etyczne i organizacyjne.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): typologię podcastów i podstawowe zasady montażu materiałów radiowych; terminologię dziennikarską oraz metody i narzędzia właściwe dla podcastingu; normy prawne, organizacyjne, moralne i etyczne obowiązujące w świecie mediów.

Umiejętności (potrafi): obsługiwać sprzęt reporterski i mikrofon, a także posługiwać się programem do montażu dźwięku, pracując na kilku ścieżkach dźwiękowych; przygotować technicznie poprawne materiały dźwiękowe oraz wypromować i udostępnić je na platformach dystrybucji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): wyboru rozmówcy do podcastu oraz przeprowadzenia z nim interesującej rozmowy; wypowiedzenia się w sposób zwięzły, zrozumiały i zgodny z normą językową; współpracy w grupie i pełnienia w niej różnych ról oraz rozstrzygnięcia dylematów związanych z wykonywaniem zawodu dziennikarza.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.16. Zarządzanie treściami cyfrowymi

Cel kształcenia: poszerzenie wiedzy i umiejętności z zakresu tworzenia, organizowania oraz zarządzania treściami cyfrowymi w dynamicznie zmieniającym się środowisku mediów i technologii sieciowych, w tym społecznościowych; przygotowanie do efektywnego planowania, publikowania oraz dystrybucji treści w różnych kanałach cyfrowych, z uwzględnieniem specyfiki odbiorców oraz narzędzi analitycznych; wyposażenie studentów w umiejętność krytycznej oceny jakości treści, ich optymalizacji pod kątem SEO i UX oraz podejmowania decyzji zgodnych z trendami rynkowymi, strategiami komunikacyjnymi i zasadami etycznymi.

Treści merytoryczne: rozwijanie kompetencji z zakresu tworzenia, zarządzania i optymalizacji treści cyfrowych w dynamicznie zmieniającym się środowisku mediów. Strategie dostosowania treści do kanałów online, UX oraz analityki danych. Kształcenie umiejętności tworzenia jakościowych, etycznych treści oraz ich publikacji i dystrybucji.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady tworzenia, organizowania i zarządzania treściami cyfrowymi w kontekście współczesnych mediów i technologii; metody planowania strategii treści oraz ich dostosowywania do różnych kanałów komunikacji cyfrowej; techniki optymalizacji treści pod kątem SEO, UX oraz analizy odbiorców z wykorzystaniem narzędzi analitycznych; procesy związane z publikacją i dystrybucją treści online; znaczenie jakości, spójności i aktualności treści w budowaniu zaangażowania użytkowników; etyczne i prawne aspekty zarządzania treściami w przestrzeni cyfrowej oraz trendy rynkowe wpływające na komunikację cyfrową.

Umiejętności (potrafi): tworzyć, edytować i organizować treści cyfrowe dostosowane do specyfiki różnych kanałów komunikacji online; planować i wdrażać strategie zarządzania treściami z uwzględnieniem celów odbiorców i organizacji; stosować narzędzia do analizy danych i optymalizacji treści pod kątem SEO, UX oraz efektywności przekazu; monitorować jakość i spójność publikowanych treści; identyfikować trendy i dostosowywać treści do dynamicznie zmieniających się potrzeb rynku cyfrowego; rozwiązywać problemy związane z publikacją i dystrybucją treści w sieci; wykorzystywać narzędzia technologiczne wspierające efektywne zarządzanie treściami.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): odpowiedzialnego tworzenia i zarządzania treściami cyfrowymi z uwzględnieniem etycznych i prawnych aspektów komunikacji online; podejmowania świadomych decyzji w zakresie jakości i rzetelności publikowanych treści; otwartego współdziałania w zespołach projektowych przy realizacji strategii treści cyfrowych; krytycznego analizowania wpływu treści na odbiorców i społeczeństwo; dostosowywania komunikacji do zróżnicowanych grup odbiorców; ciągłego doskonalenia swoich umiejętności w odpowiedzi na zmieniające się technologie i trendy; kształtowania postawy odpowiedzialnego użytkownika i twórcy przestrzeni cyfrowej.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.17. Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia treści

Cel kształcenia: rozwijanie umiejętności tworzenia, analizy i optymalizacji treści z użyciem narzędzia sztucznej inteligencji (AI); dostarczenie studentom informacji na temat technologii AI oraz ich zastosowania w generowaniu, edytowaniu i personalizowaniu treści, a także rozwijanie umiejętności krytycznego oceniania jakości oraz etycznych aspektów wykorzystania AI w tym kontekście.

Treści merytoryczne: wprowadzenie do sztucznej inteligencji (AI): definicja i podstawowe pojęcia związane z AI, historia i rozwój AI w kontekście generowania treści (w tym cyfrowych); przegląd dostępnych platform i narzędzi np. ChatGPT, MidJourney, Dall-E, Canva z AI, Jasper AI; różnice między generatorami treści tekstowych, graficznych, wideo i dźwiękowych; instalacja i konfiguracja narzędzi AI w praktyce; praktyczne zastosowanie AI w projektach cyfrowych; tworzenie treści tekstowych i wizualnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zasady działania AI oraz jej zastosowania w tworzeniu treści; źródła dostępu do narzędzi AI przeznaczonych do tworzenia różnych form treści (tekst, grafika, wideo, dźwięk), zwiększających umiejętności technologiczne i kreatywne autora; narzędzia AI i możliwości ich praktycznego wykorzystywania; atrakcyjność kompetencji, związanych z AI na rynku pracy, jak również dylematy etyczne związane z używaniem AI i potencjalne zagrożenia związane z deepfake'ami i fałszywymi informacjami.

Umiejętności (potrafi): zastosować dostępne narzędzia AI do tworzenia i modyfikacji rozmaitych form treści; integrować AI w procesach twórczych, uwzględniając efektywność, ale i odpowiedzialność za generowane treści; eksplorować możliwości AI, i tym samym inspirować się do tworzenia innowacyjnych rozwiązań, a także pomysłów w zakresie swojej dziedziny wiedzy lub pasji; zastosować AI w różnych kontekstach życia codziennego, do zbierania informacji, automatyzacji rutynowych zadań, analizy danych, wspierania decyzji biznesowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): do analitycznej i krytycznej oceny AI, będąc świadomym potencjalnych zagrożeń i ograniczeń związanych z użyciem AI, takich jak dezinformacja, plagiaty, uprzedzenia algorytmiczne czy kwestie praw autorskich; do współpracy i komunikowania się z innymi w kreowaniu projektów w grupie, co jest niezbędną kompetencją w dzisiejszych warunkach pracy; do

elastyczności i potencjalnej konieczności adaptacji w obliczu szybko zmieniających się technologii, jak również do odpowiedzialnego korzystania z AI.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.18. Historia mówiona

Cel kształcenia: poznanie zjawiska historii mówionej, jej zastosowania oraz znaczenia w perspektywie dokumentacji; wprowadzenie w najważniejsze zagadnienia związane z podstawową wiedzą z zakresu pozyskiwania i oceny źródeł wpisanych w nurt historii mówionej; zastosowanie narzędzi w celu zabezpieczania danych, przy użyciu nośników audialnych i wizualnych.

Treści merytoryczne: praktyczne aspekty pracy z materiałami z zakresu historii mówionej; działania nośników pamięci; prezentacja wybranych baz danych z zakresu historii mówionej; praca nad projektami z tego zakresu.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawową terminologię medialną, historyczną, znaczenie baz z zakresu historii mówionej i ich praktyczne zastosowanie.

Umiejętności (potrafi): formułować i wyrażać własne poglądy oraz idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych związanych z działalnością zawodową z zachowaniem postawy prospołecznej i poczucia odpowiedzialności, a także prawidłowego posługiwania się systemami normatywnymi i postępowania zgodnego z etosem zawodowym.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.19. Archiwa cyfrowe

Cel kształcenia: poznanie zagadnień, dotyczących funkcjonowania archiwów społecznych; uświadomienie roli, jaką pełnią oddolne inicjatywy archiwizacyjne w kształtowaniu tożsamości społecznej, budowaniu pamięci zbiorowej; rozwój umiejętności w zakresie zabezpieczania cennych zbiorów archiwalnych w formie cyfrowej, a następnie udostępniania dokumentów online.

Treści merytoryczne: definicja archiwum cyfrowego, pozyskiwanie i opracowanie zbiorów; prawo autorskie i inne aspekty prawne dotyczące zbiorów; Centrum Archiwistyki Społecznej; oddolne inicjatywy archiwizacyjne w ujęciu centralnym i lokalnym.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe definicje dotyczące archiwów społecznych oraz zasady ich funkcjonowania, rozumie normy prawne, organizacyjne i etyczne regulujące działalność archiwów cyfrowych.

Umiejętności (potrafi): analizować i charakteryzować zasoby archiwów cyfrowych; zabezpieczać zbiory archiwalne w formie cyfrowej, a następnie udostępniać dokumenty online oraz posługiwać się terminologią związaną z oddolnymi inicjatywami archiwizacyjnymi.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): podejmowania dyskusji na temat kształtu inicjatyw archiwizacyjnych w ujęciu lokalnym i centralnym, samodzielnego pogłębiania wiedzy z zakresu archiwistyki społecznej oraz formułowania opinii opartych na dostępnych danych i analizach.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.20. Content marketing

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zagadnień z zakresu marketingu, prezentacja przydatności wiedzy z tej dziedziny w praktyce zawodowej; wdrożenie do samodzielnego zgłębiania wiedzy i analizowania użyteczności content marketingu.

Treści merytoryczne: istota, znaczenie, korzyści i ograniczenia content marketingu; historia i ewolucja marketingu, definicja, zakres, rodzaje, wady i zalety; różnice i podobieństwa do innych strategii marketingowych, skuteczność, oddziaływanie na konsumenta, budowanie relacji z odbiorcami.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe zasady funkcjonowania oraz terminologię z zakresu content marketingu i podobnych strategii reklamowych.

Umiejętności (potrafi): przetwarzać i przekazywać informacje w formie content marketingu, rozpoznawać poszczególne strategie marketingowe, wskazać wady i zalety.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): tworzenia skutecznego content marketingu.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.21. Kreatywne pisanie i copywriting

Cel kształcenia: poznanie zagadnień dotyczących copywritingu; zdobywanie wiedzy niezbędnej do tworzenia szeroko rozumianych tekstów kultury, w tym utworów literackich, publicystycznych, marketingowych; rozwój umiejętności w zakresie twórczego pisania.

Treści merytoryczne: podstawowa terminologia z zakresu copywritingu, typy i gatunki tekstów marketingowych; redakcja i korekta tekstów, tworzenie oryginalnych wytworów kultury cyfrowej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawową terminologię z zakresu copywritingu oraz zasady jego funkcjonowania; zasady tworzenia tekstów marketingowych.

Umiejętności (potrafi): oceniać i charakteryzować różne teksty kultury; aktywnie poruszać się w środowisku mediów cyfrowych (w tym społecznościowych); formułować kluczowe problemy i analizować istotne mechanizmy związane z tworzeniem tekstów marketingowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): tworzenia, redagowania, publikowania tekstów artystycznych, krytycznych i użytkowych, podejmowania dyskusji na temat interpretacji oraz oceny różnorodnych tekstów kultury.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.22. Budowanie marki osobistej online

Cel kształcenia: wykształcenie umiejętności dostrzegania tego, co dzieje się na styku ujawniania w internecie tego, co publiczne i tego, co prywatne, a także analizy działań podejmowanych w ramach kształtowania marki osobistej online; wypracowanie zdolności krytycznego myślenia nad różnymi sposobami akcentowania własnej obecności online, a tym samym odmiennego pojmowania kwestii związanych z autopromocją i reklamą.

Treści merytoryczne: współczesne media jako miejsce (auto)kreacji; media społecznościowe – sława everymana?; kreowanie własnego wizerunku – wybór czy konieczność?; dziennikarz w sieci – głos w sprawie; polityka online, czyli kampanie i dyskusje; zajęcia warsztatowe: analiza przypadku; reporter w mediach społecznościowych – gwiazda czy ekspert?; pisarz i (auto)promocja; zajęcia warsztatowe: analiza trendów obecnych na styku dziennikarstwa i literatury; influencerzy – alternatywna rzeczywistość amatorów; patostreamerzy – promocja negatywna i przekraczanie granic; różne drogi, czyli co jest potwierdzeniem sukcesu w rzeczywistości online: marka czy osobowość?; naukowiec w sieci – popularyzacja i budowanie wspólnoty; co dalej? – rys futurologiczny.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): reguły rządzące współczesną rzeczywistością medialną, opartą na konieczności (auto)promocji tych, którzy funkcjonują w przestrzeni publicznej.

Umiejętności (potrafi): przeanalizować strategie promocyjne osób budujących swoją markę osobistą online.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): krytycznego podejścia wobec zjawisk związanych z kreowaniem własnej marki online.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.23. Scenariusz w filmie, produkcjach wideo i reklamie

Cel kształcenia: zapoznanie z formą gatunkową scenariusza utworu audiowizualnego oraz z techniką poprawnego skonstruowania i napisania scenariusza, krótkiej formy audiowizualnej, dostosowanej do specyfiki filmu, produkcji wideo i spotu reklamowego.

Treści merytoryczne: teoria i praktyki technik pracy nad scenariuszem utworu audiowizualnego; podstawowe elementy języka filmu, zasady kompozycji, narracji i dramaturgii w utworach audiowizualnych, forma i cele scenariusza utworu audiowizualnego, format scenariusza (zasady zapisu, czcionka, itp.), struktura scenariusza w zależności od planowanych głównych celów poszczególnych odmian scenariusza utworu audiowizualnego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady poprawnego konstruowania scenariusza krótkiej formy audiowizualnej, dostosowanej do specyfiki gatunkowej przekazu (filmu, produkcji wideo, spotu reklamowego).

Umiejętności (potrafi): napisać poprawnie skonstruowany i sformatowany scenariusz krótkiego filmu, produkcji wideo lub spotu reklamowego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): poszerzania swojej wiedzy na temat współczesnych przekazów audiowizualnych w oparciu o źródła różnego typu, współpracy w grupie w pracy nad scenariuszem.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.24. Estetyka mediów

Cel kształcenia: zapoznanie z zagadnieniami związanymi z wkraczaniem mediów w obszar estetyki, ze środkami wyrazowymi mediów, głównie wizualnych i audiowizualnych, służących zarówno komunikacji wizualnej, jak i estetyce.

Treści merytoryczne: propedeutyka estetyki mediów, obejmująca zapoznanie z genezą i podstawami komunikacji wizualnej, zwłaszcza w przestrzeniach publicznych oraz jej udziału w komunikacji społecznej; środki wyrazowe stosowane w mediach audiowizualnych, ze szczególnym uwzględnieniem kina jako protomedium tego typu, na gruncie którego te środki zostały ukształtowane; zmieniające się strategie komunikacyjne i praktyki odbiorcze w mediach jako podstawa przemian estetycznych; przenikanie się przestrzeni publicznych i prywatnych; estetyzacja mediów jako temat filozoficzno-antropologiczny; zjawisko estetyzacji mediów jako jeden z istotnych nurtów transformacyjnych współczesnej kultury oraz przestrzeni społecznych, w tym przestrzeni medialnych; analiza przykładów estetyzacji różnych dziedzin (np. polityki, reklamy, kultury, życia codziennego), obecnych w mediach.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): problematykę związaną z wkraczaniem mediów w obszar estetyki, w tym terminologię związaną z estetyką mediów.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać i nazywać niektóre środki wyrazowe, stosowane w mediach wizualnych i audiowizualnych, wskazywać i analizować przykłady estetyzacji mediów i estetyzacji w mediach, wskazywać powiązanie strategii komunikacyjnych z estetyką mediów.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): analitycznego i krytycznego podejścia do przekazów medialnych oraz ich oceny w perspektywie estetyki.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.25. Warsztat do wyboru

Dziennikarstwo naukowe

Cel kształcenia: zapoznanie z wybranymi zagadnieniami z zakresu dziennikarstwa naukowego i popularyzacji wiedzy w internecie; przygotowanie do popularyzowania nauki w sieci.

Treści merytoryczne: dziedziny i dyscypliny naukowe, przykłady klasyfikacji; system nauki i szkolnictwa wyższego w Polsce; kodeks etyki w nauce; organizacja komunikacji naukowej na świecie; międzynarodowe bazy naukowe, bazy o naukowcach i nauce, czasopisma naukowe, wskaźniki cytowań i altmetryczne; media społecznościowe dla naukowców, dziennikarze naukowcy, rzecznicy nauki; popularyzacja wiedzy naukowej w sieci, blogi, serwisy, podcasty i kanały naukowe w internecie; osiągnięcia polskich naukowców ze wszystkich dziedzin naukowych i artystycznych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawową wiedzę z zakresu systemu nauki i szkolnictwa wyższego w Polsce oraz z zakresu międzynarodowej komunikacji naukowej

Umiejętności (potrafi): korzystać z międzynarodowych naukowych baz danych; tworzyć materiały popularyzujące naukowców i wiedzę naukową.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): wybierania i rozpowszechniania wartościowych treści naukowych i popularnonaukowych, popularyzowania osiągnięć polskich naukowców, wykonywania zawodu rzecznika nauki.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

Realizacja wydarzeń multimedialnych

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami związanymi z problematyką realizacji wydarzeń multimedialnych, z niezbędnymi urządzeniami potrzebnymi do multimedialnej obsługi wydarzenia, a także z platformami streamingowymi w odniesieniu do wydarzeń multimedialnych.

Treści merytoryczne: urządzenia audio i wideo wykorzystywane w obsłudze wydarzeń multimedialnych; platformy streamingowe; analiza scenariusza wydarzenia multimedialnego pod względem potrzeb realizacyjnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zakres prac niezbędnych do obsługi multimedialnej wydarzenia, zasady planowania i przygotowywania obsługi multimedialnej wydarzenia.

Umiejętności (potrafi): przewidzieć zakres prac niezbędnych do multimedialnej obsługi wydarzenia, obsłużyć podstawowy sprzęt umożliwiający sprawną realizację wydarzenia multimedialnego; wykorzystać platformy streamingowe w celu przeprowadzenia transmisji online.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): współpracy z organizatorami i innymi realizatorami w zakresie obsługi wydarzenia multimedialnego.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.26. Warsztat tworzenia treści audio

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami pracy z materiałem audialnym, prezentacja przydatności wiedzy w praktyce zawodowej i w życiu codziennym; wdrożenie do samodzielnego realizowania i wykorzystania materiałów audialnych.

Treści merytoryczne: praktyczne aspekty pracy z materiałem audialnym, z mikrofonem i urządzeniami rejestrującymi, nauka edycji dźwięku, podstawy pracy w studiu nagraniowym.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady komunikacji audialnej, praktyczne zastosowanie nabytych umiejętności.

Umiejętności (potrafi): pracować w studiu nagraniowym, formułować i wyrażać własne poglądy i idee w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad etycznych związanych z działalnością zawodową z zachowaniem postawy prospołecznej i poczucia odpowiedzialności, a także prawidłowego posługiwania się systemami normatywnymi i postępowania zgodnego z etosem zawodowym

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.27. Montaż wideo

Cel kształcenia: poznanie i praktyczne przećwiczenie podstawowych technik montażu wideo, wykorzystywanych w utworach audiowizualnych w odniesieniu do specyficznych potrzeb różnych mediów; przyswojenie technik montażu filmowego w utworach dokumentalnych i fabularnych; zapoznanie z zasadami stosowania montażu liniowego i nieliniowego.

Treści merytoryczne: montaż liniowy i nieliniowy, techniki montażu, montaż w utworach dokumentalnych i fabularnych, montaż obrazu, montaż dźwięku w utworze audiowizualnym).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): narzędzia wykorzystywane do montażu wideo; różnice pomiędzy montażem liniowym a nieliniowym; podstawowe techniki montażu wideo, zasady dobrych praktyk obowiązujące w branży filmowej, pracę montażysty i asystenta montażysty.

Umiejętności (potrafi): zmontować materiał wideo za pomocą różnych technik montażu; dobrać technikę montażu do stylu i gatunku realizowanego utworu filmowego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): pracy i współpracy w zespole realizacyjnym.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.28. Kampanie informacyjne w social mediach

Cel kształcenia: poznanie zasad tworzenia treści informacyjnych w social mediach; zaznajomienie ze specyfiką informacji umieszczanych w każdym typie przekazu; wykształcenie, w zakresie pogłębionym umiejętności przygotowania informacji audialnych i audiowizualnych, wykorzystywanych w kampaniach informacyjnych i społecznych w mediach społecznościowych; rozwijanie umiejętności poprawnego i sprawnego posługiwania się językiem polskim.

Treści merytoryczne: kampania informacyjna w social mediach, budowanie wizerunku, dotarcie do grupy docelowej, wybór kanałów social-medialnych, zasady prowadzenia kampanii w social mediach; zajęcia warsztatowe z wykorzystaniem zaplecza audialnego i audiowizualnego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię używaną w naukach o komunikacji społecznej i mediach na poziomie rozszerzonym; zasady komunikacji wizualnej lub audiowizualnej; warsztat pracy dziennikarza zatrudnionego w prasie, radiu, telewizji, portalach internetowych; zasady tworzenia materiałów dziennikarskich do różnego typu mediów.

Umiejętności (potrafi): wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje ze źródeł pisanych i elektronicznych; pozyskiwać dane w celu analizowania oraz interpretowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych i komunikacyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ciągłego dokształcania się i doskonalenia swoich umiejętności; rozstrzygania dylematów związanych z komunikacją w sieci; współdziałania w grupie, przyjmując w niej różne role; zastosowania zdobytej wiedzy w praktyce; dostrzegania roli mediów we współczesnym świecie i poddawania ich świadomej diagnozie; odpowiedzialności za współpracowników.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.29. Reportaż multimedialny

Cel kształcenia: zbudowanie podstaw teoretycznych i warsztatowych niezbędnych do tworzenia oraz analizy i interpretacji multimedialnych materiałów reportażowych; definiowanie miejsca reportażu multimedialnego w refleksji nad genologią multimedialną (transmedialność, intermedialność, multimedialność); zapoznanie z historią i tradycją gatunku reportażowego (pisanego, audialnego i audiowizualnego) i ukazanie tych form jako naturalnego backgroundu nowoczesnych form multimedialnych; definiowanie ewolucji estetyki narracji multimedialnych oraz narzędzi ekspresji reportażowej; rozumienie przeobrażeń warstwy faktograficznej za sprawą nowych narzędzi technologicznych; opis zmian w kompetencjach nadawcy i odbiorcy/użytkownika treści multimedialnych narracji reportażowych; doskonalenie umiejętności tworzenia i analizy multimedialnych projektów reportażowych.

Treści merytoryczne: historia i ewolucja form reportażowych; teoria gatunku i jego mistrzowie; reportaż multimedialny w perspektywie genologii multimedialnej; cyfrowa ewolucja form medialnych a e-literatura; anatomia projektów multimedialnych: alinearność, polifoniczność, fragmentaryczność, wieloaspektowość; immersyjność i interaktywność narracji w perspektywie nadawcy i odbiorcy; teksty, fotografie, infografiki, grafiki, filmy, mapy interaktywne, quizy, gry, makiety, kalendaria jako elementy warstwy faktograficznej; analizy reportaży multimedialnych; projektowanie i realizacja reportażu multimedialnego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): historię i teorię gatunku reportażowego funkcjonowanie nowych mediów oraz ich wpływ na transformacje gatunków wypowiedzi medialnych; podstawowe zasady interpretacji tekstów kultury.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać, analizować i interpretować nowoczesne teksty multimedialne, dostrzegać ich specyfikę strukturalną i funkcjonalną; rozpoznawać ich znaczenie społeczno-kulturowe, estetyczne i etyczne; samodzielnie zaprojektować i wykonać reportaż multimedialny.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): efektywnego zaplanowania długofalowej pracy nad projektem; współpracy w grupie; odpowiedzialnego i etycznego korzystania z produktów i narracji medialnych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.30. Prawo mediów

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi normami prawnymi, regulującymi działalność mediów w Polsce, w tym wolność prasy drukowanej, działalność telewizyjną i radiową oraz działalność w Internecie; analiza orzecznictwa sądów polskich, TS UE i ETPC w zakresie wolności wypowiedzi; analiza europejskiego aktu o wolności mediów oraz ustawy o ochronie sygnalistów.

Treści merytoryczne: podstawowe pojęcia z prawa prasowego, wolność prasy (regulacja ustawowa – prawo prasowe, ustawa o radiofonii i telewizji, europejski akt o wolności mediów); prawa i obowiązki dziennikarzy, tajemnica zawodowa, działalność prasowa w Internecie, sprawozdawczość sądowa; przepisy prawno-karne w działalności prasowej, ochrona dóbr osobistych (pisanie pozwu, pisanie sprostowania prasowego); organizacja działalności prasowej (wydawniczej, radiowej, telewizyjnej – wniosek o rejestrację).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe terminy i pojęcia właściwe dla prawa mediów, wie na czym polega warsztat dziennikarza, zna ramy prawne, w jakich on działa.

Umiejętności (potrafi): znaleźć temat i przygotować jego wstępną dokumentację; ocenić wiarygodność informatora i wiarygodność źródeł informacji; przewidzieć konsekwencje prawne własnych działań; przygotować wniosek o rejestrację prasy czy o sprostowanie nieprawdziwej lub nieścisłej informacji.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): samodzielnego uzupełniania wiedzy z zakresu prawa mediów (ze względu na dynamicznie nowelizowane przepisy prawa mediów).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.31. Pragmatyka języka mediów

Cel kształcenia: zapoznanie z zasadami intencjonalnego użycia języka w tekstach medialnych mówionych i pisanych oraz kształcenie umiejętności analizowania przekazów medialnych, uwzględniających pryzmat gatunkowy, kontekstowy oraz kulturowy ich powstania, z zaakcentowaniem różnorodności aktów mowy w komunikacji medialnej, warunków ich skuteczności, złożonego potencjału illokucyjnego, zróżnicowania i zmienności intencji, uwarunkowań kontekstowych, a także typów spójności tekstu, z uwzględnieniem znaczenia spójności pragmatycznej.

Treści merytoryczne: intencjonalność działań językowych, pragmatyczne uwarunkowania komunikacji międzyludzkiej (np. wspólnota komunikacyjna i kulturowa, role społeczne, rola kontekstów) we współczesnych mediach; pragmatyka a stylistyka (pragmatyka w analizie gatunków medialnych); przekaz medialny w aspekcie globalizacji, reinterpretacje znaczeń, gry semantyczne, eufemizmy oraz komizm językowy jako elementy strategii komunikowania w tekstach medialnych; stereotypy w kreowaniu wizerunku nadawcy i odbiorcy w komunikacji masowej; autoprezentacja i profilowanie komunikatu ze względu na adresata; strategie językowej (nie)grzeczności w komunikacji medialnej; językowe sposoby kreowania rzeczywistości (np. kreacja i deformacja w mediach).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): znaczenie języka w kształtowaniu przekazów medialnych, wyznaczniki interakcji, interaktywności oraz strategii językowych wykorzystywanych w wypowiedziach publicznych.

Umiejętności (potrafi): w komunikowaniu społecznym wykorzystać zdobytą wiedzę, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): ustawicznego uczenia się w celu doskonalenia zdobytych kompetencji w dziedzinie dziennikarstwa i komunikacji społecznej.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.32. Komunikowanie międzykulturowe w multimedialnych

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami z zakresu komunikowania międzykulturowego i analiza ich obecności w multimedialnych; wdrożenie odpowiednich zachowań w komunikowaniu międzykulturowym w kontakcie interpersonalnym z przedstawicielami innych kultur oraz w przestrzeni multimedialnej.

Treści merytoryczne: definicje komunikowania międzykulturowego; czynniki ułatwiające i utrudniające komunikowanie międzykulturowe; klasyfikacje kultur, komunikowanie międzykulturowe w tekstach, obrazach, grafice, animacjach i materiałach wideo.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe treści komunikowania międzykulturowego, jego reguły i zasady oraz ich obecność w multimedialnych.

Umiejętności (potrafi): rozpoznać treści związane z komunikowaniem międzykulturowym w przekazach multimedialnych i tworzyć je samodzielnie, zachowując zasady relatywizmu kulturowego.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): właściwego komunikowania się w środowisku międzykulturowym oraz tworzenia treści multimedialnych o charakterze międzykulturowym.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.33. Socjologia mediów

Cel kształcenia: poznanie podstawowych zagadnień z socjologii mediów, funkcjonowania mediów w systemie społecznym i różnych kontekstach społecznych oraz oddziaływania mediów na społeczeństwo z uwzględnieniem najnowszych tendencji i trendów.

Treści merytoryczne: status i przedmiot socjologii w systemie nauk o społeczeństwie; socjologia mediów jako kierunek naukowy; media w systemie społecznym: model dominacji vs. model pluralistyczny; instytucje – media – społeczeństwo w różnych modelach komunikacji publicznej; model pośredniczenia i selekcji; media reprezentacyjne; koncepcja czwartej władzy; media w kampaniach wyborczych; mediamalaise, videomalaise; dziennikarstwo postnormalne; dogmatyzm medialny w ujęciu Melvina Lasky'ego; dziennikarstwo śledcze – ujęcie krytyczne; wojna informacyjna: definicja, narzędzia, formy prowadzenia, obszary, aktorzy; pojęcie cyberwojny, typy cyberkonfliktów; czynniki psychologiczne i koniunkturalne wojny informacyjnej, przypadek WikiLeaks, trollowanie i fabryki trolli; rola mediów w systemie demokracji ad hoc; teoria społecznego uczenia się (A. Bandura); oddziaływanie mediów na społeczeństwo w ujęciu badaczy amerykańskich: G. Comstock, S. L. Ball-Rokeach, M. L. DeFleur; oddziaływanie mediów a czynniki pośrednie według J. Klappera; pojęcie „mainstreaming”; pojęcie ilościowych sądów kultywacyjnych; teoria kultywacji G. Gerbnera; psychologiczne aspekty teorii kultywacji; media a inne programy komunikacji społecznej: polityka, biznes, marketing, edukacja; koncepcja dwustopniowego przepływu informacji, koncepcja najkrótszej drogi, koncepcje oddziaływania mediów; etapy badań naukowych nad oddziaływaniem mediów, aksjologiczne ujęcie oddziaływania mediów; teoria innowacji, teoria primingu, teoria wykorzystania i zapotrzebowania, teoria kalkulacji i oceniania, teoria perswazji; metody badań nad społecznym oddziaływaniem mediów masowych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): formy i zasady funkcjonowania mediów masowych w systemie społecznym, oddziaływanie mediów na różne sektory społeczeństwa, na czym polega determinizm medialny w zakresie polityki, biznesu, edukacji, religii oraz innych obszarów kultury.

Umiejętności (potrafi): interpretować, tematyzować i wartościować różne obszary, sfery i sytuacje społecznego funkcjonowania mediów w zmieniających się warunkach kulturowych; posługiwać się pojęciami właściwymi dla studiowanego przedmiotu; integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk społecznych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): zachowania się zawodowego w sposób tolerancyjny i racjonalny; rozumienia konieczności ciągłego doskonalenia i uzupełnienia nabytej wiedzy i umiejętności.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.34. Przedmiot do wyboru II

Civil media

Cel kształcenia: zapoznanie ze zjawiskiem mediów obywatelskich i ich funkcją; poznanie tzw. trzeciego sektora mediów i ich znaczenie w systemach medialnych i społeczeństwach w różnych krajach; poznanie potencjału mediów obywatelskich w promowaniu demokracji, partycypacji społecznej, integracji, budowaniu społeczności i dywersyfikacji treści medialnych. Przedmiot prowadzony w języku angielskim.

Treści merytoryczne: koncepcja mediów obywatelskich jako trzeciego sektora mediów; rola mediów obywatelskich w demokracji i partycypacji społecznej; zapewnienie dostępu do mediów i rola radia społecznościowego w budowaniu społeczności; potencjał emancypacyjny i włączenie społeczne różnych grup, w tym marginalizowanych przez inne media; funkcja dywersyfikacji treści medialnych; charakterystyka mediów obywatelskich w Europie – analiza ich działalności i oddziaływania; media hiperlokalne.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcie mediów obywatelskich i ich funkcje w systemach medialnych i społeczeństwach.

Umiejętności (potrafi): identyfikować media obywatelskie i odróżniać je od mediów publicznych i komercyjnych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): angażowania się w dyskusje dotyczące roli mediów obywatelskich w demokracji.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

Strategie komunikacyjne w biznesie

Cel kształcenia: zdobycie wiedzy w zakresie budowania strategii komunikacyjnych w biznesie; zapoznanie z narzędziami budowania relacji biznesowych; pokazanie, na czym polega rola mediów w biznesie oraz jak można zarządzać obszarami komunikacji; pokazanie różnorodności strategii komunikacyjnych w biznesie.

Treści merytoryczne: strategie komunikacyjne w biznesie; skuteczna komunikacja marketingowo-sprzedazowa (obszary komunikacji z klientem); efektywność strategii komunikacyjnych; kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa; model Canvas; marka własna; strategie komunikacyjne a konkurencyjność przedsiębiorstw; strategie komunikacyjne w biznesie międzynarodowym; różnice kulturowe w komunikacji biznesowej; planowanie kampanii komunikacyjnych w organizacji; komunikowanie w zespole zadaniowym; marka osobista i dokumenty aplikacyjne jako elementy biznesowych strategii komunikacyjnych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): specyfikę strategii komunikacyjnych w przestrzeni biznesowej; sposoby kreowanie wizerunku przedsiębiorstwa; podstawowe metody badawcze i strategie argumentacyjne właściwe dla komunikacji społecznej.

Umiejętności (potrafi): budować strategie komunikacyjne wykorzystując w tym celu model Canvas; samodzielnie zdobywać wiedzę; wyszukiwać, analizować, oceniać i użytkować informacje z różnych źródeł.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): interpretowania zjawisk komunikacyjnych oraz biznesowych, a także do poszerzania swoich kompetencji zawodowych; do ciągłego samokształcenia, a przede wszystkim do projektowania strategii komunikacyjnych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

III.35. Warsztat adaptacji i kreacji trendów

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi identyfikacji, adaptacji oraz kreacji trendów w różnych obszarach działalności zawodowej i społecznej; kształtowanie umiejętności twórczego podejścia do trendów z wykorzystaniem narzędzi analitycznych i multimedialnych oraz dostosowania ich do specyficznych potrzeb organizacji, społeczności lub mediów.

Treści merytoryczne: definicje i klasyfikacje trendów, metody analizy trendów: narzędzia badawcze, platformy analityczne, case studies; techniki adaptacji trendów w różnorodnych kontekstach: marketing, projektowanie, edukacja; kreacja trendów: od koncepcji do realizacji – praca warsztatowa; multimedia jako narzędzie identyfikacji i kreacji trendów.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe pojęcia związane z adaptacją i kreacją trendów, ich rolę w życiu społecznym, gospodarczym i medialnym; zasady identyfikacji i analizy trendów.

Umiejętności (potrafi): rozpoznawać i analizować trendy, dostosowywać je do różnych kontekstów; projektować nowe idee w oparciu o istniejące trendy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): kreatywnej pracy w grupie, podejmowania odpowiedzialnych decyzji w procesie adaptacji i kreacji trendów; otwartości na innowacje.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.36. Pracownia projektowania graficznego

Cel kształcenia: poznanie i przyswojenie podstaw wizualnego kształtowania komunikatu graficznego, poszerzenie umiejętności kreacyjnych; rozwijanie świadomości plastycznej oraz umiejętności kreacji przekazu wizualnego; opanowanie podstawowych digitalnych narzędzi medialnych, pozwalających na twórczą realizację koncepcji artystycznych; przyswojenie umiejętności rozwiązywania problemów graficznych oraz z zakresu komunikacji wizualnej, a także opanowanie umiejętności analizy komunikatów graficznych; uświadomienie relacji między formą a znaczeniem, nauka jej celowego wykorzystywania, a także poznanie technik, technologii i narzędzi manualnych, jak również digitalnych, stosowanych w projektowaniu graficznym, możliwych do zastosowania w praktyce zawodowej; wdrożenie do samodzielnego zgłębiania tematyki kreacji komunikatu wizualnego.

Treści merytoryczne: podstawy kompozycji, kształtu, skali oraz koloru; budowanie kompozycji, rytmu, napięć wizualnych; podstawy typografii, zagadnienia związane z pojęciami: kompozycji literackich, projektowania znaku, tworzenia ilustracji, komponowania prostej reklamy, itp. w sposób pozwalający podporządkowywać je zamierzonemu przekazowi wizualnemu; typograficzna forma reklamowa jako forma przekazu wizualnego; ilustracja jako forma kreacji projektowej; świadomy wybór i poprawne stosowanie środków graficznych, takich jak kolor, kompozycja, rytm, typografia, ilustracja, zdjęcie, obraz itp. tak, aby skorelować je ze specyfiką konkretnego przekazu wizualnego.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): technologie stosowane w projektowaniu graficznym i rozwój technologiczny związany z zawodem projektanta graficznego; techniki i technologie potrzebne do realizacji projektów graficznych (od technik manualnych do technik komputerowych, w tym oprogramowanie graficzne).

Umiejętności (potrafi): posługiwać się podstawowymi technikami potrzebnymi w projektowaniu graficznym (od technik manualnych, takich jak rysunek szkicowy potrzebny do przeniesienia idei projektowej na papier lub w środowisko digitalne, przez techniki mieszane, jak skanowanie, po podstawowe techniki komputerowe); korzystać z umiejętności warsztatowych, umożliwiających realizację własnych koncepcji artystycznych, od szkicu po digitalizację wykreowanych koncepcji; stosować efektywne techniki ćwiczenia tych umiejętności, umożliwiające ciągły ich rozwój przez samodzielną pracę.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): poszerzania wiedzy odnośnie do aspektów technologicznych oraz walorów estetycznych, kompozycji, doboru koloru, typografii i kreacji komunikatu wizualnego, jak również do doskonalenia warsztatu (m.in. manualnego i digitalnego), potrzebnych do przygotowania szkiców, koncepcji i projektów graficznych oraz do obsługi programów graficznych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.37. Pracownia fotograficzna

Cel kształcenia: zapoznanie z podstawami warsztatu fotografa i historią fotografii, głównymi pojęciami z zakresu fotografii, kopiowania i obróbki obrazu, też obróbki cyfrowej, percepcji barw i technik fotograficznych, z pojęciami związanymi z kompozycją i estetyką obrazu, jak też z klasyfikacją sprzętu i urządzeniami stosowane podczas rejestracji obrazu.

Treści merytoryczne: historia fotografii światowej; fotografia historyczna i aktualna w Polsce; fotoredytorstwo i praca w wydawnictwie; fotografia dokumentalna, wojenna, społeczna; fotoreportaż; obsługa sprzętu fotograficznego; zagadnienia techniczne w fotografii; eksponometria i źródła światła; antropologia wizualna i pamięć zbiorowa w fotografii; etyka w fotografii prasowej; estetyka błędu w fotografii i fotografia kreatywna.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): terminologię z zakresu: fotografii i estetyki obrazu, historii fotografii, rejestracji obrazu, teorii barwy, kopiowania i obróbki obrazu, grafiki komputerowej i publikacji obrazu charakteryzuje techniki rejestracji obrazu; procesy cyfrowej obróbki obrazu i chemicznej obróbki materiałów fotograficznych; sprzęt i urządzenia stosowane podczas rejestracji obrazu; na czym polega stosowanie źródła światła w fotografii; metody publikacji obrazu; materiały eksploatacyjne do drukarek komputerowych, nośniki pamięci; parametry rejestracji obrazu.

Umiejętności (potrafi): wyjaśnić znaczenia pojęć związanych z kompozycją i estetyką obrazu analizować obraz fotograficzny; wyjaśniać znaczenie pojęć dotyczących przestrzeni barw; wyjaśniać znaczenie pojęć z zakresu publikacji obrazu; wymieniać czynności podejmowane podczas rejestracji obrazu; określać znaczenie technik oświetleniowych, stosowanych w fotografii; identyfikować etapy procesu rejestracji obrazu; identyfikować etapy procesu cyfrowej obróbki obrazu; opisywać metody cyfrowej obróbki obrazu; opisywać znaczenie roztworów chemicznych w procesie chemicznej obróbki materiałów fotograficznych; rozróżniać metody cyfrowego druku zdjęć; określać zastosowanie technik druku cyfrowego; określać zasady przygotowania publikacji elektronicznej i drukowanej; rozpoznawać rodzaje aparatów fotograficznych; wskazywać właściwości użytkowe obiektów; wskazywać sprzęt i urządzenia do chemicznej obróbki materiałów fotograficznych; rozpoznawać rodzaje materiałów fotograficznych; ustalać kadr fotograficzny i plany zdjęciowe; stosować cyfrowe, analogowe i specjalne fotograficzne techniki rejestracji obrazu; stosować zasady wykonywania zdjęć reporterskich; stosować zasady wykonywania zdjęć architektury; podejmować czynności związane z wykonywaniem zdjęć portretowych.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania zasad kultury i etyki zawodowej; planowania zadań do wykonania oraz zarządzania czasem; wykazywania się kreatywnością i otwartością na zmiany; ponoszenia odpowiedzialność za podejmowane działania; indywidualnego rozwoju zawodowego; stosowania technik radzenia sobie ze stresem; stosowania zasad komunikacji interpersonalnej; wskazywania obszarów odpowiedzialności prawnej za podejmowane działania; współpracy w zespole; stosowania w relacjach interpersonalnych uniwersalnych zasady kultury i etyki; stosowania zasad kultury i norm zachowania przyjętych w środowisku pracy

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

III.38. Tworzenie stron internetowych

Cel kształcenia: poznanie zasad samodzielnego projektowania i zarządzania nowoczesnymi stronami internetowymi; wypracowanie umiejętności wykorzystania współczesnych narzędzi do projektowania, tworzenia i utrzymania stron internetowych zgodnych z nowoczesnymi standardami technologicznymi i wymaganiami użytkowników oraz korzystania z narzędzi wspierających proces tworzenia stron, w tym systemów zarządzania treścią (CMS) oraz frameworków CSS; przekazanie wiedzy na temat podstawowych technologii webowych, takich jak HTML, CSS i JavaScript, jak również zasad projektowania responsywnych witryn internetowych, z uwzględnieniem standardów dostępności (WCAG) oraz optymalizacji pod kątem SEO; opanowanie przez studentów umiejętności generowania treści wizualnych i tekstowych przy użyciu narzędzi SI oraz stosowania algorytmów do ochrony danych i dla bezpieczeństwa witryn; wypracowanie krytycznego podejścia do wdrażania nowoczesnych technologii oraz rozwijania praktycznych umiejętności w dynamicznie zmieniającym się środowisku internetowym.

Treści merytoryczne: współczesne technologie webowe; podstawy HTML – struktura dokumentu, semantyka znaczników; podstawy CSS – stylowanie elementów, układ stron, media queries; podstawy JavaScript – interaktywność, manipulacja DOM, tworzenie prostych skryptów; zasady projektowania responsywnych stron internetowych (RWD); standardy dostępności stron internetowych (WCAG); systemy zarządzania treścią (CMS) – instalacja, konfiguracja, edycja treści, zarządzanie szablonami; frameworki CSS – budowa stron na siatce, gotowe komponenty; bezpieczeństwo witryn internetowych – podstawowe zagrożenia, metody zabezpieczeń, ochrona danych użytkowników; publikacja stron internetowych – konfiguracja hostingu, zarządzanie domenami, przesyłanie plików na serwer (FTP); automatyzacja testowania stron internetowych – wydajność, zgodność z przeglądarkami, dostępność;

projektowanie stron zgodnie z zasadami UX/UI – budowanie intuicyjnych interfejsów, analiza zachowań użytkowników; zagadnienia związane z wykorzystaniem sztucznej inteligencji (SI) w tworzeniu stron, takie jak generowanie kodu, personalizacja treści, optymalizacja SEO czy automatyzacja testowania.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): podstawowe technologie webowe (HTML, CSS, JavaScript) oraz ich zastosowanie w projektowaniu stron internetowych; zasady projektowania responsywnych stron internetowych (RWD) oraz standardy dostępności (WCAG); funkcjonowanie systemów zarządzania treścią (CMS), a także ich rolę w zarządzaniu treścią stron; metody optymalizacji stron internetowych pod kątem SEO, wydajności i bezpieczeństwa; zastosowanie sztucznej inteligencji w procesie projektowania, automatyzacji testów i personalizacji treści stron internetowych.

Umiejętności (potrafi): samodzielnie projektować i wdrażać strony internetowe; tworzyć responsywne strony internetowe, dopasowane do różnych urządzeń; korzystać z systemów CMS do zarządzania treścią strony; optymalizować strony pod kątem SEO, wydajności i zgodności ze standardami dostępności; wykorzystać narzędzia sztucznej inteligencji do generowania kodu, analizy układu strony oraz tworzenia i personalizacji treści;

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przestrzegania norm etycznych, w tym zasad dostępności i ochrony danych użytkowników; odpowiedzialnego i profesjonalnego podejścia do realizacji projektów webowych; uwzględniania potrzeb użytkowników w procesie projektowania stron internetowych; krytycznej oceny i selekcji narzędzi oraz technologii stosowanych w projektowaniu i utrzymaniu stron internetowych.

Forma prowadzenia zajęć: ćwiczenia.

V. PRAKTYKA

V.1.Praktyka zawodowa

Cel kształcenia: kształcenie umiejętności wykorzystania wiedzy zdobytej na studiach w środowisku pracy zawodowej; wypracowanie podstawowych umiejętności niezbędnych do pracy w instytucjach różnego typu, w których wykorzystuje się multimedia i kreację cyfrową, takich jak np. instytucje administracji publicznej, społeczno-kulturalne, domy mediów redakcyjne, instytucje naukowo-badawczych, organizacje pozarządowych. Kształtowanie odpowiedniego i odpowiedzialnego stosunku do zawodu i obowiązków z nim związanych. Wyposażenie w kompetencje społeczne związane z wykonywanym zawodem i uświadomienie potrzeby ciągłego doskonalenia się i podnoszenia kwalifikacji.

Treści merytoryczne: zapoznanie z organizacją i specyfiką pracy w miejscu odbywania praktyki, ze szczególnym uwzględnieniem regulaminu zakładowego, podstawowymi aktami prawnymi: kodeksem pracy, rozporządzeniem o ochronie danych osobowych, o ochronie tajemnicy służbowej, przepisami przeciwpożarowymi i z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy; przebieg praktyki i przekazywane w jej trakcie treści uzależnione są od miejsca i formy jej odbywania.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ogólne zasady funkcjonowania instytucji, w której odbywa praktykę; podstawowe akty prawne, m. in. przepisy z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy oraz przepisy przeciwpożarowe.

Umiejętności (potrafi): proponować własne rozwiązania sytuacji problemowych i zawodowych; skutecznie komunikować się z przedstawicielami innych dyscyplin i profesji na płaszczyźnie zawodowej; samodzielnie i zespołowo inicjować projekty, planować i podejmować ich realizację.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): doskonalenia zdobytej wiedzy i umiejętności; działania w sposób kreatywny; uczenia się przez całe życie; współdziałania i pracy w grupie oraz elastycznego reagowania w sytuacjach zmieniających się potrzeb społecznych.

Forma prowadzenia zajęć: praktyka.

VI. INNE

VI.1.Ergonomia

Cel kształcenia: przybliżenie szczegółowych zagadnień związanych z ergonomią rozumianą w sensie interdyscyplinarnym; uświadomienie zagrożeń i problemów (także zdrowotnych) związanych z niewłaściwymi rozwiązaniami ergonomicznymi na stanowiskach pracy zawodowej oraz w życiu

pozaszawodowym, a także korzyści wynikających z prawidłowych działań w tym zakresie. Treści merytoryczne: ergonomia – pojęcia i definicje; ergonomia jako nauka interdyscyplinarna; główne nurty w ergonomii: ergonomia stanowiska pracy (wysiłek fizyczny na stanowisku pracy, wysiłek psychiczny na stanowisku pracy, dostosowanie antropometryczne stanowiska pracy, materialne środowisko pracy), ergonomia produktu – inżynieria ergonomicznej jakości, ergonomia dla osób starszych i niepełnosprawnych; ergonomia pracy stojącej i siedzącej.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): pojęcia związane z ergonomią, ze szczególnym uwzględnieniem ergonomii stanowiska pracy.

Umiejętności (potrafi): oceniać warunki w pracy zawodowej oraz podczas aktywności pozaszawodowej ze względu na problemy ergonomiczne i zagrożenia z tym związane.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): przejawiania postawy antropocentrycznej w stosunku do warunków pracy i życia codziennego; reagowania na zagrożenia wynikające z wadliwych rozwiązań i nieprawidłowości w zakresie jakości ergonomicznej; realizowania postawy wrażliwości na potrzeby osób niepełnosprawnych (w kontekście ergonomicznym).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI.2. Etykieta

Cel kształcenia: zapoznanie ze szczegółowymi zagadnieniami dotyczącymi zasad *savoir vivre* 'u.

Treści merytoryczne: kluczowe zagadnienia dotyczące zasad *savoir-vivre* 'u w życiu codziennym (zwroty grzecznościowe, powitania, rozmowa przez telefon, zasady etykiety oraz precedencji w miejscach publicznych); etykieta uniwersytecka (precedencja, tytułowanie, zasady korespondencji); etykieta biznesowa (dostosowanie ubioru do okoliczności, zasady przedstawiania, przygotowanie się do rozmowy kwalifikacyjnej).

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): zasady rządzące interpersonalnymi relacjami w życiu prywatnym oraz w relacjach zawodowych.

Umiejętności (potrafi): stosować zasady etykiety i kurtuazji w życiu społecznym i zawodowym.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): uznania znaczenia zasad etykiety w relacjach interpersonalnych.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI.3. Ochrona własności intelektualnej

Cel kształcenia: zapoznanie z zasadami, pojęciami oraz procedurami prawa ochrony własności intelektualnej.

Treści merytoryczne: pojęcie własności intelektualnej; przedmiot prawa własności intelektualnej; podmioty prawa własności intelektualnej; treść prawa własności intelektualnej – prawa autorskie i pokrewne; ograniczenia praw autorskich; licencje ustawowe i umowne; dozwolony użytek osobisty i publiczny utworów; naruszenia praw autorskich (plagiat i piractwo intelektualne); regulacje szczególne z zakresu prawa autorskiego – ochrona programów komputerowych i baz danych.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ustawowy aparat pojęciowy związany z ochroną prawną własności intelektualnej; pola eksploatacji utworów i tryby ich użytku.

Umiejętności (potrafi): identyfikować oraz implementować dozwolone pola eksploatacji utworów w toku analizy krytycznej oraz działalności naukowej w środowisku akademickim.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): świadomego korzystania z ustawowych pól eksploatacji utworów w środowisku akademickim oraz życiu prywatnym (np. środowisku sieciowym).

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

VI.4. Szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy

Cel kształcenia: przekazanie informacji na temat ogólnych zasad postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń, okoliczności i przyczyn wypadków, zasad udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku, jak również wskazanie potencjalnych zagrożeń.

Treści merytoryczne: obowiązujące regulacje prawne z zakresu bezpieczeństwa i higieny pracy; identyfikacja, analiza i ocena zagrożeń dla życia i zdrowia na poszczególnych kierunkach studiów (czynniki niebezpieczne, szkodliwe i uciążliwe); analiza okoliczności i przyczyn wypadków: omówienie przyczyn wypadków; ogólne zasady postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń (np. pożaru); zasady udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku – apteczka pierwszej pomocy.

Efekty uczenia się:

Wiedza (zna i rozumie): ogólne zasady postępowania w razie wypadku podczas nauki i w sytuacjach zagrożeń, okoliczności i przyczyn wypadków; zasady udzielania pierwszej pomocy w razie wypadku.

Umiejętności (potrafi): postępować z materiałami niebezpiecznymi i szkodliwymi dla zdrowia; realizować zasady bezpieczeństwa związane z pracą; posługiwać się środkami ochrony indywidualnej i środkami ratunkowymi, w tym udzielać pierwszej pomocy.

Kompetencje społeczne (jest gotów do): zachowania się w sposób profesjonalny i etyczny.

Forma prowadzenia zajęć: wykład.

**PLAN STUDIÓW
 KIERUNKU MULTIMEDIA I KREACJA CYFROWA**

Obowiązuje od cyklu: 2025 Z

Poziom studiów: studia drugiego stopnia

Profil kształcenia: ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Liczba semestrów: 4

Dziedzina/y nauki/dyscyplina/y naukowa/e lub artystyczna/e: nauki społeczne; dyscyplina naukowa: nauki o komunikacji społecznej i mediach

Rok studiów: 1, semestr: 1

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Język obcy – warsztat specjalistyczny	I	2	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			2	1	x	x	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	1	x	x	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	1	x	x	30	0	30	2	0	0
II – PODSTAWOWYCH												
1	Teorie komunikacji cyfrowej	I	2,5	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Komunikacja medialna i społeczna	I	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0

3	Metody badań	I	1,5	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
4	Zarządzanie informacją i wiedzą w erze cyfrowej	I	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
5	Wykład monograficzny	I	2	0	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			10	0,5	x	x	135	120	15	16	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	0,5	x	x	15	0	15	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0	x	x	30	30	0	2	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa I	I	5	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Storytelling	I	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Netykieta	I	1	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
4	Wystąpienia publiczne i prezentacja projektów	I	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Przedmiot do wyboru I	I	2	0	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
6	Polska publicystyka polityczna	I	1,5	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
7	Wprowadzenie do technologii wirtualnej i rozszerzonej rzeczywistości	I	1	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
8	Warsztat tworzenia treści wideo	I	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			16,5	6	x	x	210	30	180	16	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	6	x	x	180	0	180	14	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			7	1	x	x	60	30	30	4	0	0
VI – INNE												
1	Szkolenie w zakresie bezpieczeństwa i higieny pracy	I	0,5	0	zal.	o	4	4	0	0	0	0
2	Ochrona własności intelektualnej	I	0,25	0	zal.	o	2	2	0	0	0	0
3	Ergonomia	I	0,25	0	zal.	o	2	2	0	0	0	0
4	Etykieta	I	0,5	0	zal.	o	4	4	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			1,5	x	x	x	12	12	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 1			30	7,5	x	x	387	162	225	34	0	0

Rok studiów: 1, semestr: 2

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
I - WYMAGANIA OGÓLNE												
1	Przedmiot ogólnounuczelniany	II	2	0	zal. oc.	f	30	30	0	1	0	0
2	Technologie informacyjne w humanistyce i naukach społecznych	II	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	1	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	1	x	x	60	30	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	1	x	x	30	0	30	1	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			2	0	x	x	30	30	0	1	0	0
II – PODSTAWOWYCH												
1	Etyczne dylematy współczesności	II	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Główne nurty kultury współczesnej	II	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	0	x	x	60	60	0	8	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa II	II	5	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Analiza danych medialnych	II	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Warsztat operatora kamery	II	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
4	Fact-checking	II	1	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
5	Media audiowizualne	II	1,5	0	zal. oc.	o	15	15	0	2	0	0
6	Organizacja produkcji projektów audiowizualnych	II	1,5	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
7	Media audialne	II	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
8	Produkcja podcastów	II	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0

9	Zarządzanie treściami cyfrowymi	II	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
10	Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia treści	II	3	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			22	7	x	x	255	45	210	22	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	7	x	x	210	45	210	16	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			5	1	x	x	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 2			30	8	x	x	375	135	240	32	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na I roku studiów			60	15,5	x	x	762	297	465	66	0	0

Rok studiów: 2, semestr: 3

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	inne		
Grupa treści												
II – PODSTAWOWYCH												
1	Digital culture	III	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
2	Zarządzanie własną firmą	III	2	0	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			4	0	x	x	60	60	0	6	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	0	x	x	0	0	0	0	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			0	0	x	x	0	0	0	0	0	0
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa III	III	5	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Historia mówiona	III	1,5	0	zal. oc.	o	15	15	0	2	0	0
3	Archiwa cyfrowe	III	1,5	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
4	Content marketing	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
5	Kreatywne pisanie i copywriting	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0

6	Budowanie marki osobistej online	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
7	Scenariusz w filmie, produkcjach wideo i reklamie	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
8	Estetyka mediów	III	2	0	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
9	Warsztat do wyboru	III	2	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
10	Warsztat tworzenia treści audio	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
11	Montaż wideo	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
12	Kampanie informacyjne w social mediach	III	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			26	9,5	x	x	330	45	285	24	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	9,5	x	x	285	0	285	20	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			7	2	x	x	60	0	60	4	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 3			30	9,5	x	x	390	105	285	30	0	0

Rok studiów: 2, semestr: 4

Lp.	Nazwa przedmiotu/grupy zajęć	Semestr	Liczba punktów ECTS	Punkty ECTS za zajęcia praktyczne	Forma zaliczenia	Status przedmiotu: obligatoryjny lub fakultatywny	Liczba godzin realizowanych z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia				Praktyka	Praca dyplomowa
							ogółem zajęcia dydaktyczne	wykład	ćwiczenia	Inne		
Grupa treści												
III – KIERUNKOWYCH												
1	Seminarium magisterskie i praca dyplomowa IV	IV	5	1	zal. oc.	f	30	0	30	2	0	0
2	Reportaż multimedialny	IV	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
3	Prawo mediów	IV	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0

4	Pragmatyka języka mediów	IV	1	0,5	zal. oc.	o	15	0	15	2	0	0
5	Komunikowanie międzykulturowe w multimediami	IV	2	0	zal. oc.	o	30	30	0	2	0	0
6	Socjologia mediów	IV	2	0	egz.	o	30	30	0	4	0	0
7	Przedmiot do wyboru II	IV	2	0	zal. oc.	f	30	30	0	2	0	0
8	Warsztat adaptacji i kreacji trendów	IV	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
9	Pracownia projektowania graficznego	IV	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
10	Pracownia fotograficzna	IV	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
11	Tworzenie stron internetowych	IV	2	1	zal. oc.	o	30	0	30	2	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			24	6,5	x	x	315	120	195	26	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	6,5	x	x	195	0	195	14	0	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			7	1	x	x	60	0	60	4	0	0
V – PRAKTYKA												
1	Praktyka zawodowa	IV	6	6	zal. oc.	f	0	0	0	0	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (ogółem)			6	6	x	x	0	0	0	0	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (zajęcia praktyczne)			x	6	x	x	0	0	0	0	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. (przedmioty fakultatywne)			6	6	x	x	0	0	0	0	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. w semestrze 4			30	12,5	x	x	315	120	195	26	160	0
Liczba punktów ECTS/godz. dyd. na II roku studiów			60	22	x	x	705	225	480	56	160	0

Lp.	Punkty ECTS sumaryczne wskaźniki ilościowe, w tym zajęcia	Punkty ECTS	
		Liczba	%
Ogółem – plan studiów		120	100
1	wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	62,46	52,05
2	z zakresu nauk podstawowych	18	15,00
3	o charakterze praktycznym (laboratoryjne, projektowe, warsztatowe)	37,50	31,25
4	ogólnouczelniane lub realizowane na innym kierunku	3,50	2,92
5	zajęcia do wyboru – co najmniej 30 % punktów ECTS	38	31,67
6	wymiar praktyk	6	5,00
7	zajęcia z wychowania fizycznego	--	--
8	zajęcia z języka obcego	2	1,67
9	przedmioty z dziedzin nauk humanistycznych lub nauk społecznych	118	98,33
10	zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (dotyczy profilu praktycznego)	--	--
11	zajęcia związane z prowadzoną w uczelni działalnością naukową w dyscyplinie/nach, do których przyporządkowano kierunek studiów (dotyczy profilu ogólnoakademickiego)	88,50	73,75

II	Procentowy udział pkt ECTS dla każdej z dyscyplin naukowych w łącznej liczbie punktów ECTS	%
1	nauki o komunikacji społecznej i mediach	100
Ogółem		100

1. Język obcy warsztat specjalistyczny:

- 1) Język angielski – warsztat specjalistyczny
- 2) Język niemiecki – warsztat specjalistyczny

2. Wykład monograficzny:

- 1) Media polonijne online
- 2) Product placement w produkcjach audiowizualnych

3. Przedmiot do wyboru I:

- 1) Polska publicystyka społeczno-kulturalna
- 2) Reportaż i dokument radiowy

4. Warsztat do wyboru:

- 1) Dziennikarstwo naukowe
- 2) Realizacja wydarzeń multimedialnych

5. Przedmiot do wyboru II:

- 1) Civil media (przedmiot w języku angielskim)
- 2) Strategie komunikacyjne w biznesie

6. Przedmiot ogólnouczelniany:

- 1) Etyka
- 2) Antropologia kulturowa
- 3) Poprawna polszczyzna w praktyce
- 4) Herstory – kobiety w historii
- 5) Zagadnienia literatury współczesnej
- 6) Praktyczna filozofia przyrody
- 7) Starożytne religijne i filozoficzne spojrzenie na świat