

1.	Nazwa kierunku	organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy), 2023/2024 (semestr zimowy), 2024/2025 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Komunikacja społeczna

Kod modułu: 09-OF-S2-KS

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
KS_1	Student zna i wykorzystuje podstawowe strategie komunikacyjne.	K_W05	5
KS_2	Student potrafi wymienić i omówić znane mu modele komunikowania medialnego.	K_W06	4
KS_3	Student posiada zdolność nawiązywania kontaktów, pozyskiwania współpracowników oraz pracy w grupie.	K_U05	5
KS_4	Student potrafi wymienić i opisać poszczególne koncepcje komunikacji społecznej.	K_U06	4
KS_5	Student wykorzystując w swojej pracy cytaty, przypisy oraz odwołania do prac innych autorów, a także podając materiały źródłowe z których korzystał przy realizowaniu zadania, jest świadomy konieczności ochrony praw autorskich.	K_K05	5
KS_6	Student posiada zdolność do samodzielnego poszerzenia wiedzy zdobytej na zajęciach.	K_K06	4

3. Opis modułu

Opis	<p>Celem zajęć jest zapoznanie studentów z charakterystyką komunikacji społecznej zapośredniczonej cyfrowo, a także przekazanie im umiejętności praktycznych niezbędnych do efektywnej komunikacji realizowanej poprzez nowe media.</p> <p>Poszczególne spotkania będą poświęcone następującym zagadnieniom:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Jak mówić by nas słuchano? Podstawy efektywnej komunikacji bezpośredniej i zapośredniczonej cyfrowo. Zajęcia wprowadzające: zapoznanie się z grupą, przedstawienie planu spotkań i wymogów zaliczeniowych, podział na zespoły zadaniowe, dyskusja o zasadach efektywnej komunikacji (na podstawie przygotowanych notatek, moderowana przez prowadzącego). 2. Storytelling i content marketing czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu efektywnej strategii komunikacyjnej. 3. Komunikacja w Internecie na przykładzie stron internetowych. 4. Blogosfera i komunikacja na blogach. 5. Komunikacja w mediach społecznościowych 6. Czas się pokazać! Obraz, video marketing i ich znaczenie dla komunikatu.
-------------	---

Wymagania wstępne	Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.
--------------------------	--

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
KS_w_1	Sprawdzian	Zaliczenie wykładów obejmuje weryfikację zasobów wiedzy, a w szczególności zagadnienia omawiane na wykładzie oraz zlecone studentom do opracowania w ramach pracy własnej.	KS_1, KS_2
KS_w_2	Ocena ciągła	Uczestnictwo w zajęciach (dopuszczalnie maks. 2 nieobecności w semestrze), realizację pracy grupowej oraz aktywny udział w dyskusji.	KS_3, KS_4, KS_5, KS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
KS_fs_1	wykład	Wykład z elementami dyskusji kierowanej z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej.	15	Praca własna obejmująca samodzielne przyswajanie wiedzy teoretycznej w oparciu o wskazana literaturę przedmiotu oraz poszukiwanie rozwiązań problemów wskazanych na wykładzie.	30	KS_w_1
KS_fs_2	ćwiczenia	Prezentacje zadanych tematów z wykorzystaniem multimediów; dyskusja kierowana dot. problematyki przedstawionej w prezentacji.	15	Samodzielna praca studentów w czteroosobowych zespołach w ramach przydzielonych zadań (referat wraz z prezentacją werbalną i multimedialną). Praca nad zadaniem w oparciu o wskazaną literaturę przedmiotu.	30	KS_w_2