

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	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:** Kierunki rozwoju nowych mediów

**Kod modułu:** W8-ZN-S2-KRNM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
KRNM_1	Student zna zależności, jakie zachodzą pomiędzy ideami i teoriami zmiany społecznej pod wpływem nowych technologii komunikacyjnych i medialnych, a tworzeniem się nowego typu społeczeństwa i przemian dokonujących się współcześnie w komunikacji i biznesie, ma wiedzę na temat nowych technologii komunikacyjnych i możliwości ich wykorzystania w przygotowywaniu i prezentowaniu analiz zjawisk, procesów i przemian zachodzących współcześnie.	K_W01	5
KRNM_2	Student ma wiedzę na temat przemian zachodzących we współczesnym społeczeństwie pod wpływem nowych technologii medialnych, ma pogłębioną wiedzę na temat organizacji i funkcjonowania mediów w aspekcie zmian technologicznych, które wpływają na ich funkcje i znaczenie we współczesnym świecie.	K_W04	4
KRNM_3	Student potrafi samodzielnie dokonać analizy zasad funkcjonowania nowych mediów współcześnie i ich przemian pod wpływem nowych technologii, ma umiejętność samodzielnego projektowania i przeprowadzania projektów badawczych z zakresu nauk społecznych z wykorzystaniem zaawansowanych technologicznie technik badawczych.	K_U01	5
KRNM_4	Student potrafi samodzielnie wykonać prezentację multimedialną wykorzystując interdyscyplinarne źródła, aby przedstawić przemiany zachodzące we współczesnym świecie pod wpływem nowych technologii medialnych oraz w obrębie samych mediów.	K_U03	4
KRNM_5	Student jest gotowy do współpracy w grupie przy realizacji projektów i przyjmowania w nich różnych ról, uczestniczy w sposób świadomy i odpowiedzialny w rzeczywistości wirtualnej.	K_K01	4
KRNM_6	Student samodzielnie przygotowuje prezentację, dobierając problem do analizy i jest otwarty na krytyczną dyskusję wokół prezentowanych tematów oraz aktywny w niej udział.	K_K04	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest ponadto poznanie podstawowych pojęć i kategorii związanych z rozwojem nowych technologii. W ramach zajęć analizie zostaną podane najpopularniejsze oraz najbardziej efektywne i efektywne kampanie w mediach społecznościowych, jak również zbadany wpływ social mediów na kształtowanie się relacji i stosunków międzyludzkich w teorii i praktyce. Studenci poznają najistotniejsze cechy charakterystyczne nowych mediów:
-------------	---

	indywidualizację – dotarcie ze spersonalizowaną informacją do konkretnej grupy odbiorców, dostosowanie komunikatu do potrzeb informacyjnych indywidualnego odbiorcy (personalizacja urzędowania, zawartości komunikatu oraz formy), interaktywność - możliwość wygenerowania sprzężenia zwrotnego (tzw. feedbacku) w czasie rzeczywistym, gromadzenie informacji przez nadawcę o reakcjach na przesłany komunikat do odbiorcy, przenośność (wielofunkcyjność) – wielość platform korzystania z treści cyfrowej, komputer, tablet, telefon) i łatwość w kopiowaniu zawartości komunikatu bez utraty jakości informacji, trwałość komunikatu - cykl życia informacji jest bardzo długi, dostępność - korzystanie z informacji w czasie i miejscu, (mobilność) dogodna dla odbiorcy, brak ograniczeń czasowych i przestrzennych w konsumpcji informacji przez odbiorcę. Charakter zajęć będzie połączeniem wiedzy teoretycznej z praktycznymi działaniami zespołów kreatywnych powołanych dla potrzeb realizacji programu.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student winien mieć wiedzę na temat tzw. nowych mediów i ich roli w tworzeniu, transmisji i reprodukowaniu współczesnej komunikacji. Ten aspekt koresponduje w dużym stopniu z kompetencjami technologicznymi.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
KRNM_w_1	Sprawdzian	Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: egzamin końcowy (test, pytania otwarte - w formie pisemnej lub ustnej), studium przypadku.	KRNM_1, KRNM_2
KRNM_w_2	Ocena ciągła	Podstawowym wymogiem umożliwiającym zaliczenie przedmiotu jest obecność i aktywność podczas zajęć praktycznych. Kolejnym wymogiem będzie praca w zespołach polegająca na opracowaniu projektu na temat wskazany przez prowadzącego. Oceniane będzie kompleksowe podejście do tematu oraz kreatywność. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), referat, studium przypadku, raport, budowanie i analiza modeli prognostycznych.	KRNM_3, KRNM_4, KRNM_5, KRNM_6

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
KRNM_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	KRNM_w_1
KRNM_fs_2	ćwiczenia	Podczas ćwiczeń studenci będą mieli okazję zdobyć solidne podstawy dotyczące skutecznych i efektywnych form komunikacji we współczesnej gospodarce elektronicznej oraz nowoczesnych narzędzi do współdzielenia i udostępniania danych przez użytkowników. Nabędą praktyczną wiedzę i umiejętności z zakresu zastosowania poczty elektronicznej, systemów wideokonferencyjnych, chatbootów oraz szeroko pojętych zasobów Internetu w zarządzaniu relacjami z klientami.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	KRNM_w_2