

1.	Field of study	Media Cultures
2.	Faculty	Faculty of Humanities
3.	Academic year of entry	2025/2026 (winter term)
4.	Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	part-time

Module: Moda – media – marka

Module code: 02-MO2N-21-07

1. Number of the ECTS credits: 3

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
07_K03	potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania	02-MO2SN-14_K03	5
07_K04	uczestniczy w różnorodnych formach życia kulturalnego, w szczególności za pośrednictwem mediów, interesuje się modą	02-MO2SN-14_K04	5
07_U01	potrafi wyszukiwać w różnych źródłach i selekcjonować potrzebne wiadomości, a następnie je analizować, interpretować, integrować i oceniać oraz formułować na tej podstawie krytyczne sądy dotyczące mody i marki	02-MO2SN-14_U01	5
07_U03	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i kreatywnie ją interpretować, pod kierunkiem wykładowcy potrafi ją zastosować do diagnozowania kulturowego znaczenia mody i jej związków z innymi obszarami kultury	02-MO2SN-14_U03	5
07_U05	potrafi rozpoznać różne rodzaje zjawisk i wytworów kulturowych, odnoszących się do mody i jej związków z mediami; umie przeprowadzić ich pogłębioną krytyczną analizę i interpretację oraz potrafi określić ich znaczenie i miejsce w kulturze współczesnej	02-MO2SN-14_U05	5
07_U06	potrafi merytorycznie argumentować podczas dyskusji poświęconej modzie i formułować wnioski na ten temat	02-MO2SN-14_U06	5
07_U07	umie formułować krytyczne opinie o związkach mody z estetyką, sztuką, technologią, ekologią, nowymi mediami	02-MO2SN-14_U07	5
07_U10	umie przygotować różne formy wystąpień ustnych wymagające wykorzystania specjalistycznej wiedzy naukowej z obszaru mody i marek modowych	02-MO2SN-14_U10	5
07_W01	ma podstawową wiedzę o znaczeniu mody w całokształcie kultury i jej specyfice	02-MO2SN-14_W01	5

07_W05	ma świadomość interdyscyplinarności mody i związków zachodzących pomiędzy modą, wpływem mediów na modę a rozumieniem marki	02-MO2SN-14_W05	5
07_W07	zna i rozumie zaawansowane metody analizy i interpretacji zjawisk z obszaru mody w jej estetycznej funkcji, związanej z mediami i kreowaniem marki	02-MO2SN-14_W07	5

3. Module description

Description	W ramach modułu Moda – media – marka student poznaje główne problemy badań nad estetycznością mody oraz związków mody z kreowaniem marki i mediami. Szczegółowo zaznajamia się z zagadnieniami kulturowej funkcji mody i jej estetycznego znaczenia w takich aspektach jak: fotografia, nowe media, widowiskowość, ciało, a także innymi zagadnieniami związanymi z modą: kreowaniem marki, jej wpływem i jej znaczeniem w mediach, również społecznościowych. Ćwiczy i doskonali umiejętności warsztatowe w zakresie badania i interpretacji kultury pod kątem przemian w modzie, estetyce z nią związanej oraz w formułowaniu własnej wypowiedzi na temat kulturowego wymiaru mody, jej interdyscyplinarności, wykorzystując do tego specjalistyczną wiedzę na ten temat.
Prerequisites	Brak.

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
02-MO2SN-14-w_d	dyskusja/debata sprawdzająca	sprawdzenie umiejętności i kompetencji	07_K03, 07_K04, 07_U01, 07_U03, 07_U05, 07_U06, 07_U07, 07_U10, 07_W01
02-MO2SN-14-w_p	prezentacja (ustna lub pisemna)	sprawdzenie wiedzy, umiejętności i kompetencji	07_K03, 07_K04, 07_U01, 07_U03, 07_U05, 07_U06, 07_U07, 07_U10, 07_W01, 07_W05, 07_W07

5. Forms of teaching

code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
02-MO2N-14-f_l	laboratory classes	intensywne kształcenie umiejętności praktycznych	20	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu, obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy z zakresu wskazanych zagadnień podstawowych oraz lekturę wybranych tekstów poszerzających wiedzę	100	02-MO2SN-14-w_d, 02-MO2SN-14-w_p