

1.	Nazwa kierunku	filologia polska
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2025/2026 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Współczesne wydawnictwo

Kod modułu: W1-FP-W-S2-WW

1. Liczba punktów ECTS: 6

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
WW_01	Student(ka) ma uporządkowaną wiedzę o kulturowych uwarunkowaniach procesów komunikacyjnych.	K_W14	2
WW_02	Student(ka) ma wiedzę o tekstach kultury oraz tekstach literackich funkcjonujących w ramach różnych obiegów komunikacyjnych; orientuje się we wzajemnych zależnościach między obiegami literackimi.	K_W21	2
WW_03	Student(ka) posiada pogłębioną, szczegółową wiedzę o instytucjach kultury oraz współczesnym życiu literackim.	K_W22	3
WW_04	Student(ka) potrafi interpretować zjawiska językowe i literackie przez pryzmat społeczno-kulturowego zróżnicowania obiegów komunikacyjnych.	K_U09	3
WW_05	Student(ka) posiada umiejętność merytorycznego argumentowania, wyprowadzania wniosków z wykorzystaniem literatury przedmiotu z zakresu funkcjonowania nowoczesnego wydawnictwa.	K_U10	4
WW_06	Student(ka) przejawia szacunek dla twórców kultury i jej popularyzatorów.	K_K06	3
WW_07	Student(ka) rozumie doniosłość języka oraz literatury dla definiowania i rozwiązywania problemów kulturowo-społecznych.	K_K08	3
WW_08	Student(ka) interesuje się nowymi zjawiskami w życiu literackim oraz kulturalnym.	K_K13	3

3. Opis modułu	
Opis	W ramach modułu student poznaje zasady działania wydawnictwa tradycyjnego oraz internetowego. Zdobywa wiedzę na temat organizacji pracy wydawniczej (szczególnie na przykładzie Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego), zapoznaje się z cyklem wydawniczym oraz z poszczególnymi etapami poligraficznego procesu produkcyjnego. Analizuje strategie wydawnicze, przygląda się sposobom funkcjonowania wydawnictw polskich na rynku (nowoczesne kampanie wydawnicze, marketing wydawniczy, strategie promocyjne). Poznaje aktualne tendencje na rynku wydawniczym (np. self-publishing, audiobook, e-book).
Wymagania wstępne	Brak.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
WW_w_01	Zaliczenie	Zaliczenie na podstawie aktywnego udziału w zajęciach oraz indywidualnie przygotowywanych referatów i prezentacji problemu określonego przez nauczyciela akademickiego (np. analiza wybranej strategii wydawniczej lub działania konkretnego wydawnictwa).	WW_03, WW_04, WW_05, WW_06, WW_07, WW_08
WW_w_02	Egzamin	Egzamin ustny sprawdzający wiedzę teoretyczną zdobytą na ćwiczeniach i wykładzie.	WW_01, WW_02, WW_03, WW_04, WW_05

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	
WW_fs_01	ćwiczenia	Dyskusja akademicka nad artykułami i wnioskami z własnych obserwacji. Analiza wybranych problemów w mediach. Prezentacja referatów.	30	Lektura zalecanych artykułów. Przygotowanie pracy (prezentacji) określonej przez nauczyciela akademickiego. Własne obserwacje dotyczące wybranych problemów.	90	WW_w_01
WW_fs_02	wykład	Wykład z zakresu wiedzy o współczesnym wydawnictwie (dotyczący m.in. takich zagadnień jak organizacja wydawnictwa, nowe technologie w publikacji i rozpowszechnianiu książek, działania marketingowe i promocyjne).	15	Lektura uzupełniająca, zgodna z zaleceniami prowadzącego, oraz przygotowanie do egzaminu.	45	WW_w_02