

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Analiza mediów społecznościowych

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-AMS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
AMS_1	Student rozumie podstawowe pojęcia i kategorie związane z analizą i monitoringiem social mediów, posiada wiedzę na temat metod badawczych w ramach których wykorzystuje się monitoring i analizę social mediów, posiada wiedzę na temat polskich i zagranicznych narzędzi analitycznych.	K_W03	5
AMS_2	Student zna ograniczenia analizy i monitoringu social mediów, ma wiedzę o celowości i zakresie badań rynkowych i marketingowych, zna podstawowe narzędzia i metody opisu oraz zna zasady gromadzenia danych na temat rynku i działalności marketingowej przedsiębiorstwa za pośrednictwem Internetu.	K_W04	4
AMS_3	Student potrafi posługiwać się narzędziami analitycznymi i monitorującymi social media, potrafi samodzielnie zaprojektować i przeprowadzić badanie z wykorzystaniem narzędzi analitycznych/monitorujących, potrafi wybrać narzędzia analityczne, które pomogą mu w mierzeniu i ocenie efektów komunikacji biznesowej.	K_U03	4
AMS_4	Student identyfikuje/rozpoznaje szereg mierników opisujących funkcjonowanie rynku oraz działalność marketingową podmiotów gospodarczych, posiada umiejętność oceny sytuacji rynkowej przedsiębiorstwa oraz jest w stanie przedstawić ocenę jego działań marketingowych - jest w stanie samodzielnie wyciągać wnioski, potrafi zaprojektować i przeprowadzić badania Internetu, badania przez Internet i badania o Internecie jako medium.	K_U04	5
AMS_5	Student jest zdolny krytycznie oceniać przedstawiany materiał faktograficzny, posiada zdolności komunikowania się z otoczeniem gospodarczym, potrafi inspirować inne osoby do odkrywania nowych dla nich prawidłowości funkcjonowania zjawisk rynkowych.	K_K01	3
AMS_6	Student potrafi komunikować się z innymi uczestnikami projektu badawczego zakładającego wykorzystanie danych z analityki/monitoringu social mediów, jest przygotowany do współpracy z personelem organizacji i personelem zewnętrznym świadczącym usługi analityczne/monitoringowe, potrafi prawidłowo obserwować, interpretować i wyjaśniać zjawiska z zakresu badań rynkowych i marketingowych.	K_K02	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	<p>Celem zajęć jest poznanie podstawowych pojęć i kategorii związanych z analizą i monitoringiem social mediów, zdobycie kompetencji posługiwania się narzędziami analitycznymi i monitorującymi social media, jak również zdobycie umiejętności samodzielnego zaprojektowania i przeprowadzenia badania z wykorzystaniem narzędzi analitycznych. Celem zajęć jest wyposażenie absolwentów w praktyczną wiedzę i umiejętności z zakresu wykorzystania mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej, monitoringu social mediów, analizy danych biznesowych oraz potencjału badań mediów społecznościowych w nowoczesnej organizacji. Student nabędzie umiejętności związane z funkcjonowaniem, mediów interaktywnych oraz rynku reklamy internetowej i badań marketingowych w Internecie. Pozna narzędzia monitorowania mediów społecznościowych, zasady budowania strategii w social mediach, budowania i analizowania społeczności internetowych, wykorzystania pozyskiwanych danych z Internetu do rozwoju organizacji, monitorowania zasobów internetowych (informacyjnych, dziennikarskich i społecznościowych), korzystania z narzędzi online do pomiaru stron internetowych, analizy mediów społecznościowych oraz monitoringu mediów, analizy danych biznesowych, prognozowania procesów i zjawisk zachodzących we współczesnym społeczeństwie i gospodarce na podstawie gromadzonych i przetwarzanych danych z Internetu. Będzie miał znajomość i zdolność zastosowania narzędzi badań rynkowych do prowadzenia działań marketingowych w Internecie.</p> <p>Student pozna zasady gromadzenia i przetwarzania informacji oraz danych, jak również przygotowanie sprawozdań i tworzenie raportów.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	<p>Student powinien posiadać silnie rozwinięte umiejętności analityczne, umiejętności sprawnego przeszukiwania publicznych baz (np. Internet), wiedzę z zakresu funkcjonowania systemów bazodanowych oraz wyszukiwarek internetowych, bardzo dobrze rozwinięte umiejętności komunikacyjnych, znajomość obsługi programów komputerowych firmy Microsoft. Znajomość języka angielskiego.</p>

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
AMS_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągnięcia przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu egzaminu ustnego oraz końcowej oceny projektu grupowego.	AMS_1, AMS_2
AMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi będzie średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	AMS_3, AMS_4, AMS_5, AMS_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	
AMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Stosowana będzie ponadto metoda przypadków, dyskusja dydaktyczna, metody praktyczne, metoda projektów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	AMS_w_1
AMS_fs_2	ćwiczenia	Przygotowanie analizy badań rynkowych produktów z uwzględnieniem wskaźnika CTP. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	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	AMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Biznesplan

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-B

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
B_1	Student zna zasady sporządzania biznesplanu przedsięwzięć i tworzenia własnej firmy. Potrafi sporządzić dokument biznesplanu zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_W09	5
B_2	Student posiada wiedzę z zakresu przygotowania projektu audiowizualnego w postaci dokumentu biznesplanu.	K_W11	4
B_3	Student potrafi zorganizować i zarządzać projektami audiowizualnymi, kulturalnymi i społecznymi na własny rachunek.	K_U09 K_U13	4 4
B_4	Student potrafi napisać biznesplan przedsięwzięcia audiowizualnego i imprezy masowej, zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_U11 K_U13	5 4
B_5	Student ma kompetencje do pełnienia funkcji menedżera w ramach instytucji lub przedsięwzięcia biznesowego.	K_K09	3
B_6	Student posiada zdolność twórczego kreowania rzeczywistości gospodarczej w postaci projektów i pełnej identyfikacji z realizowanym projektem.	K_K10	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu pisania biznesplanów przedsięwzięć medialnych. Tematyka zajęć obejmuje następujące obszary tematyczne. W pierwszej części zajęć studenci nauczą się opisywać charakterystykę firmy lub podmiotu tworzącego przedsięwzięcie medialne (wizję przyszłości, do której zmierza, misję swojej firmy, swoje mocne strony, które staną się elementem jego zawodowego CV, dane teleadresowe swojej firmy oraz zapis PKD), marketing-mix (jakie cechy mają mieć produkty lub usługi, jak ustalić ich ceny, jak będzie wyglądać kanał dystrybucji, co należy robić, aby wypromować markę firmy i jej produkty lub usługi), analiza otoczenia firmy (kim są klienci, jacy istnieją obecni konkurenci, kim są dostawcy, jakie substytuty produktów lub usług, które zamierza sprzedawać, jaki jest marketing-mix firm będących konkurentami, jakie szanse i zagrożenia wynikają z sytuacji demograficznej segmentu rynku, zjawisk kulturowych, sytuacji makroekonomicznej, prawa, dostępnej

	technologii). W drugiej części zajęć studenci uczą się sporządzać plan przygotowań (cel, jaki chce osiągnąć po etapie przygotowań, listę czynności i ich czas trwania, harmonogram przygotowań, budżet etapu przygotowań) oraz plan działania (cel, jaki chce osiągnąć po jednym roku od rozpoczęcia etapu działania, listę czynności i ich czas trwania, harmonogram działań na jeden rok - działań marketingowych, sprzedażowych, świadczenia usług lub produkcji, a także działań rozwojowych.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.

<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>
B_w_1	Sprawdzian	Student przygotowuje biznesplan przedsięwzięcia o treści zgodnej z opisem modułu (biznesplan firmy, projektu artystycznego itp.).	B_1, B_2
B_w_2	Ocena ciągła	Student przygotowuje fragmenty biznesplanu przedsięwzięcia o treści zgodnej z tematyką poszczególnych zajęć.	B_3, B_4, B_5, B_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>	
B_fs_1	wykład	Metoda podająca (wykład informacyjny, prezentacja multimedialna) i metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny), wykorzystanie Internetu.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	B_w_1
B_fs_2	ćwiczenia	Metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne) i metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna) lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego, wykorzystanie Internetu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	B_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Budżet projektu multimedialnego

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-BPM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
BPM_1	Student posiada podstawową wiedzę z rachunkowości, a także na temat rodzajów kosztów, stosowanych w przedsięwzięciach medialnych.	K_W06	5
BPM_2	Student potrafi zaplanować koszty przedsięwzięcia medialnego i zna wpływ budżetu na jakość swojego projektu.	K_W07	4
BPM_3	Student posiada umiejętność negocjowania stawek, założenia potencjalnego niedoszacowania w budżecie, profesjonalnego budżetowania swojego projektu.	K_U05	4
BPM_4	Student posiada umiejętność poruszania się w sferze rachunkowości i księgowości, a także pracy z zaplanowanym budżetem.	K_U07	5
BPM_5	Student nabywa świadomości, czym jest pieniądź w projekcie medialnym. Uczy się wydatkowania pieniędzy, na podstawie planowanego kosztorysu.	K_K06	3
BPM_6	Student nabywa odpowiedzialności za swoje plany, decyzje i wykonanie budżetu.	K_K08	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Celem tego przedmiotu jest posiadanie umiejętności, kosztorysowania, tj. planowania kosztów, na jakie każdy musi być przygotowany rozpoczynając swój biznes w branży medialnej. W ramach przedmiotu prezentowane będą podstawy tworzenia kosztorysu, zwyczajowe stawki, rodzaje kosztów i ich wyliczenie. Celem modułu jest posiadanie przez studenta wiedzy, co jest składowym każdego przedsięwzięcia, zaplanowanie i dyscyplina finansowa. Oprócz przykładowych pozycji kosztorysu, student musi znać mniej więcej stawki rynkowe wykonawców i twórców.</p> <p>Wiedza nabyta w ramach tego przedmiotu pozwoli studentowi na spokojną analizę swojego biznesu, odpowie na pytanie proporcji kosztów z przychodami. Zagadnienia, które zostaną poruszone w ramach przedmiotu, to planowanie, tworzenie i zatwierdzanie budżetu, a także późniejszą jego kontrolę. Pozwolą one studentom na monitorowanie wykonania poszczególnych zadań oraz sprawowanie kontroli nad kierownictwem niższego szczebla.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien znać podstawy rachunkowości, oraz obsługi MS Excela. Powinien potrafić kalkulować, znać podstawy negocjacji oraz umiejętności kontaktów międzyludzkich. Powinien być świadomy potencjalnych zagrożeń, w przypadku złego skalkulowania swojego projektu.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
BPM_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej lub ustny polegający na weryfikacji następujących kompetencji: umiejętność zaplanowania kosztów przedsięwzięcia, umiejętność wydatkowania i rozliczenia kosztów.	BPM_1, BPM_2
BPM_w_2	Ocena ciągła	Ocena połowiczna za przygotowanie budżetu planowanego oraz końcowa za przygotowanie budżetu wykonawczego, stosunek oszczędności oraz nieprzekraczalności budżetu wynikowego do planowanego.	BPM_3, BPM_4, BPM_5, BPM_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	
BPM_fs_1	wykład	Interaktywny wykład, w ramach którego wprowadzone zostaną elementy dyskusji, studium przypadku, gry oraz techniki twórczego myślenia.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	BPM_w_1
BPM_fs_2	ćwiczenia	Dyskusja, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne, metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna, metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego.	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	BPM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Copywriting

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-C

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
C_1	Student ma podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania języka w przestrzeni medialnej, ma wiedzę dotyczącą technik tworzenia i realizacji kampanii reklamowych.	K_W01	5
C_2	Student zdobywa wiedzę z zakresu ekonomii, psychologii i socjologii pracy, komunikacji i środków przekazu w procesie organizacji skutecznej komunikacji.	K_W04	4
C_3	Student ma umiejętność krytycznej analizy przykładów poszczególnych reklam, nabywa umiejętności stosowania metod badań rynku reklamy w codziennej pracy.	K_U01	5
C_4	Student potrafi stworzyć skuteczne i kreatywne hasło reklamowe lub scenariusz spotu TV.	K_U03	4
C_5	Student posiada umiejętności asertywne i umiejętności komunikacyjne.	K_K01	4
C_6	Student posiada kompetencje do sprawnego kształtowania pozytywnych relacji reprezentowanej organizacji z otoczeniem biznesowym i społecznym, zdaje sobie sprawę z etycznych i prawnych aspektów funkcjonowania w wirtualnej rzeczywistości, w szczególności w komunikacji pomiędzy odbiorcami.	K_K04	3

3. Opis modułu	
Opis	<p>Celem przedmiotu jest prezentacja podstawowych treści z zakresu opracowywania tekstu i przygotowywania go do poprawnego wyświetlania w Internecie. Kolejnymi celami zajęć jest kształcenie umiejętności prowadzenia własnej witryny internetowej, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na umieszczenie i rozpropagowanie tekstu w Internecie, omówienie umiejętności i kompetencji webwritera, przedstawienie funkcjonowanie tekstu w mediach społecznościowych np. w Facebook, Twitter, Google+.</p> <p>Kolejnymi zagadnieniami, przedstawionymi na zajęciach, będą: łączenie tekstu z elementami graficznymi i multimedialnymi, pisanie tekstów do publikacji i sloganów reklamowych. Zajęcia odbędą się w grupach projektowych, gdzie każda z osób ma delegowany inny zakres pracy. W ramach zajęć pisane będą teksty wykorzystywane w reklamach prasowych, radiowych, telewizyjnych i wszelkich innych materiałach promocyjnych, takich jak ulotki, broszury,</p>

	katalogi, strony internetowe, itp. Studenci uczestniczą w całym procesie kreacji, zaczynając od ustalenia treści graficznego motywu ogłoszenia czy ulotki, poprzez tworzenie tekstów, pisanie scenariuszy filmów reklamowych, spotów radiowych, wyszukiwanie muzyki do reklam, itp.
<b>Wymagania wstępne</b>	Pożądana jest znajomość mechanizmów marketingowych, wyobraźnia i kreatywność, wysokie zdolności komunikacyjne, umiejętność wyszukiwania i weryfikowania informacji, znajomość angielskiego, podstaw psychologii. Niezbędna jest dobra organizacja pracy, systematyczność oraz umiejętność szybkiego pisania na klawiaturze komputera.

<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>
C_w_1	Sprawdzian	Test z zagadnień teoretycznych, aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), kolokwium, przygotowanie prezentacji tematycznych.	C_1, C_2
C_w_2	Ocena ciągła	Aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), studium przypadku, praca projektowa, prezentacja.	C_3, C_4, C_5, C_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>	
C_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	C_w_1
C_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone ze względu na swoją specyfikę w mniejszych grupach, wymagające specjalistycznego oprogramowania dostępnego wyłącznie w pracowniach komputerowych. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	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	C_w_2



1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Dziennikarstwo nowych mediów

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-DNM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
DNM_1	Student posiada znajomość toku produkcji komunikatów dziennikarskich, zna i potrafi uzasadnić koszty produkcji oraz potrafi wskazać źródła jego finansowania.	K_W01	4
DNM_2	Student posiada wiedzę nt. nowych technologii medialnych, ich ewolucji i roli na przestrzeni ostatnich dekad XX i początku XXI wieku.	K_W03	5
DNM_3	Student zna obowiązującą dokumentację w produkcji komunikatów dziennikarskich potrafi sporządzić dokumentację niezbędną podczas realizacji np. wideo a w szczególności sporządzić kosztorys audycji. Student zna obowiązki poszczególnych członków ekipy i potrafi zaplanować prace na stanowiskach roboczych w grupie produkcyjnej.	K_U03	5
DNM_4	Student zna pojęcia z zakresu zastosowania informatyki w branży medialnej, posiada umiejętność analizy procesów zachodzących w środowisku cyfrowym. Potrafi poruszać się w świecie nowych mediów i wykorzystywać ich bogactwo do tworzenia nowych form medialnych i około medialnych.	K_U02	4
DNM_5	Student wykazuje zdolność do samodzielnego pogłębiania wiedzy, rozszerzania horyzontów poznawczych i weryfikowania wiedzy. Potrafi prezentować własne stanowisko w oparciu o umiejętność elastycznego i otwartego myślenia.	K_K02	4
DNM_6	Student posiada umiejętności asertywne; potrafi analizować sytuacje zarządcze oraz podejmować decyzje. Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role.	K_K01	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	W trakcie zajęć student zdobywa umiejętności warsztatowe i wiedzę o funkcjonowaniu dziennikarstwa w realiach nowych mediów. Zapoznaje się z praktycznymi problemami i dylematami, jakie stoją przed dziennikarstwem w świecie cyfrowym oraz uczy się sposobów ich pokonywania. Zapoznaje się z metodyką pracy dziennikarskiej w nowych mediach, a następnie przygotowuje samodzielny projekt na zadany temat. Ma pogłębiony warsztat dziennikarski w zakresie nowych mediów. Potrafi przygotować materiał dziennikarski przeznaczony dla wszystkich typów nowych mediów. Ponadto potrafi przygotować skuteczny przekaz perswazyjny, informacyjny, promocyjny. Nabywa umiejętności związanych ze słowami kluczami, które mają
-------------	--

	<p>oddawać specyfikę nowych mediów, są to „hipertekst”, „symulacja”, „konwergencja”, „blogosfera” i „Sieć 2.0”. Zajęcia powadzone są w grupach producenckich powołanych dla potrzeb zajęć.</p> <p>W efekcie zmian techniczno-warsztatowych przeformowaniu ulegają także gatunki wypowiedzi dziennikarskich, i to niezależnie od tego czy autorami tych wypowiedzi są dziennikarze zawodowi czy też „obywatelscy”. Dlatego przedmiotem zajęć jest praktyka redakcyjna – struktura materiału dziennikarskiego, kryteria doboru formy fotograficznej, audio i video. Zajęcia przygotowują do podjęcia samodzielnych dziennikarskich prób zawodowych w zakresie dziennikarstwa internetowego.</p> <p>Podczas prowadzonych zajęć istotnym będzie również wskazanie na cechy niezbędne dla wykonywania tego zawodu. Jest to, rzecz jasna, nie tyle doktryna determinująca metody dziennikarskiej pracy, ile stały punkt odniesienia w ocenie wizerunku i habitusu mediów.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Wymagana jest lekkość pióra, sprawne poruszanie się w wirtualnej przestrzeni, umiejętność szybkiego reagowania, podstawowa wiedza dotycząca tworzenia tekstów dziennikarskich dla potrzeb sieci. Wykorzystywanie linków i akceptowanie szybkości transmisji informacji w sieci.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
DNM_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny. Brana jest także pod uwagę aktywność studenta oraz jakość przygotowanych projektów. Student jest oceniany pod względem terminowości realizowanych zadań, rzetelności i pomysłowości.	DNM_1, DNM_2
DNM_w_2	Ocena ciągła	Prowadzący powołuje grupy producenckie, które przygotowują prezentacje dotyczące poszczególnych problemów. Następnie analizowane są kolejne alternatywne możliwe warianty rozwiązania problemu, w dyskusji ujawnia się umiejętność zastosowania wiedzy teoretycznej dla oceny i wyboru najwłaściwszego wariantu rozwiązania (rozstrzygnięcia praktycznego problemu), po zakończeniu dyskusji na dany temat prowadząca dokonuje krótkiego podsumowania obejmującego ocenę wypowiedzi dyskutantów. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach, Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach, prace kontrolne (np. przygotowanie projektu medialnego.).	DNM_3, DNM_4, DNM_5, DNM_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	
DNM_fs_1	wykład	Zajęcia w formie konwersatoryjnej, dyskusja problemowa. Prowadząca powołuje grupy producenckie, które przygotowują prezentacje dotyczące poszczególnych problemów. W trakcie przedstawiania prezentacji prowadząca ocenia wiedzę studenta (nie umiejętności).	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	DNM_w_1
DNM_fs_2	ćwiczenia	Praca nad przygotowaniem prezentacji dotyczących powstawania np. formatu medialnego - od etapu początkowego, eksplikacja, kosztorysowanie, produkcja programu, aż do jego promocji. Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	15	DNM_w_2

		poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.				
--	--	--	--	--	--	--

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** e-Commerce

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-EC

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
EC_1	Student zna historię i genezę handlu elektronicznego i jego znaczenie dla rozwoju społeczeństwa informacyjnego w świecie. Zna aktualny kształt i kierunki rozwoju e-commerce.	K_W04	4
EC_2	Student zna narzędzia informatyczne służące do prezentacji wniosków i wyników z badań z zakresu e-commerce, zna perspektywy rozwoju gospodarki elektronicznej, wielkość rynku elektronicznego, zasad działania handlu elektronicznego, rozliczeń w e-gospodarce.	K_W03	5
EC_3	Posiada umiejętność stosowania różnych metod rozliczeń elektronicznych. Wykorzystania podpisu cyfrowego, a także prowadzenie działalności gospodarczej w formie elektronicznej.	K_U04	5
EC_4	Student potrafi wykazać się umiejętnością w zakresie proponowania i zastosowania różnych modeli e-commerce dla prowadzenia działalności biznesowej w Internecie, wykorzystując dostępne na rynku narzędzia informatyczne do prezentacji proponowanych przez siebie rozwiązań. Potrafi stawiać hipotezy w zakresie e-commerce i poprawnie formułować pytania w ankiecie, aby hipotezy zweryfikować.	K_U03	4
EC_5	Student potrafi kierować zespołami ludzkim stawiając cele, wybierając metody i narzędzia ich realizacji. Posiada umiejętności komunikacyjne, posiada kompetencje do sprawnego kształtowania pozytywnych relacji reprezentowanej organizacji z otoczeniem zgodnie z normami etycznymi i prawnymi.	K_K01	4
EC_6	Student potrafi działać i pracować w nowym „społeczeństwie elektronicznym”. Nie jest mu obca komunikacja oraz współpraca z innymi użytkownikami i przedsiębiorstwami działającymi na rynku w formie elektronicznej.	K_K04	3

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest dostarczenie studentom wiedzy umożliwiającej budowanie strategii oraz prowadzenie działalności gospodarczych przy wykorzystywaniu rozwiązań teleinformatycznych, szczególnie sieci Internetu. Zajęcia obejmują szeroki wachlarz zagadnień związanych z e-Commerce. Program stanowi uzupełnienie wiedzy dla osób pragnących podnosić swoje kwalifikacje zawodowe w jednej z najlepiej rozwijających się dziedzin współczesnej
-------------	---

	gospodarki. Studenci nabywają umiejętności w zakresie prawidłowego wykorzystywania Internetu do zarządzania i prowadzenia działalności gospodarczych. Zajęcia realizowane są w ramach grup projektowych. Studenci przygotowują prezentacje wybranych zagadnień. Dzięki współpracy z praktykami działającymi w obszarze e-Commerce studenci poszerzają zakres wiedzy teoretycznej i praktycznej, ale także wnoszą swój wkład w rozwój branż, w których odbywać będzie się ich przyszłe życie zawodowe.
<b>Wymagania wstępne</b>	Dysponowanie umiejętnościami komunikacyjnymi lub analitycznymi, a także – potrafią rozwiązywać problemy. Studenci powinni wykazać się znajomością HTML, CMS, PHP, MS Word i MS Excel oraz Google Analytics.

<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>
EC_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny i ustny.	EC_1, EC_2
EC_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja zasobów wiedzy, przygotowania do zajęć, aktywności w dyskusji, umiejętności dokonania analizy danych, umiejętności praktycznych przy sporządzaniu dokumentacji, obserwacja postępów w zakresie wiedzy i umiejętności studenta. Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	EC_3, EC_4, EC_5, EC_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>	
EC_fs_1	wykład	Wykład problemowy, metody aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem, panelowa) metody praktyczne: ćwiczenia przedmiotowe. Zajęcia prowadzone są w formie konwersatoryjnej. W trakcie zajęć prowadzący przedstawia studentom problem. Weryfikacją wiedzy jest test obejmujący zagadnienia prezentowane podczas wykładów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	EC_w_1
EC_fs_2	ćwiczenia	Przedstawianie autorskich prac przygotowanych przez słuchaczy.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	EC_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Film animowany

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-FA

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
FA_1	Student ma wiedzę na temat roli i znaczenia technologii internetowych i audiowizualnych w odniesieniu roli i miejsca animacji we współczesnej kulturze.	K_W02	5
FA_2	Student zna właściwe dla nauk humanistycznych i społecznych teorie i koncepcje zmian zachodzących we współczesnej kulturze zwłaszcza w sferze audiowizualności w odniesieniu do animacji.	K_W01	4
FA_3	Student potrafi samodzielnie dokonać krytycznej analizy artefaktów kultury audiowizualnej zwłaszcza animacji w kontekście odpowiednich teorii i koncepcji humanistycznych i społecznych wykorzystując właściwą dla nich terminologię. Potrafi zrealizować samodzielnie projekt audiowizualny z zakresu animacji, posługując się technikami komputerowymi i odpowiednimi narzędziami.	K_U02	4
FA_4	Student rozumie i potrafi scharakteryzować przemiany zachodzące we współczesnym społeczeństwie i kulturze pod wpływem nowoczesnej technologii, zwłaszcza w odniesieniu do roli i znaczenia animacji w dzisiejszym świecie.	K_U01	5
FA_5	Student samodzielnie rozwiązuje zadania teoretyczne i praktyczne związane z krytyczną analizą współczesnej kultury w odniesieniu do roli i znaczenia animacji wspólnie.	K_K01	4
FA_6	Student ma świadomość znaczenia animacji we współczesnej kulturze.	K_K02	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest określenie miejsca filmu animowanego w kulturze przełomu wieków. Poznanie filmu animowanego od strony artystycznej oraz technik animacji. Wskazanie tendencji w obszarze animacji, gdyż współcześnie coraz częściej stosuje się grafikę i animację wspomaganą komputerowo. Animacja stawia przed uczestnikami kursu cele propedeutyczne w obszarze wiedzy z dziedziny historii i teorii filmu animowanego oraz praktycznej znajomości podstawowych technik realizacji filmu animowanego. Pierwsza teoretyczna część stawia zadanie umiejscowienia filmu animowanego w dziejach kina popularnego i artystycznego od pionierskich prób J. Stuarta Blacktona, Winsora McCaya, Emile'a Cohla oraz Władysława Starewicza, przez zawrotne osiągnięcia wielkich producentów amerykańskich (bracia Fleischer, Walt Disney), aż po powojenny triumf konkurujących z amerykańską
-------------	---

	kinematografią europejskich szkół narodowych: szkoły zagrzebskiej (Borivoj Dvorniković Bordo, Nadeljko Dragić, Dušan Vukotić), polskiej (Jan Lenica, Walerian Borowczyk), czeskiej (Jiří Trnka) itd. Szczególny nacisk zostanie położony na animację autorską II poł. XX wieku, której idee kontynuowane są przez kolejne pokolenia artystów działających współcześnie oraz perspektywy wykorzystania osiągnięć kina autorskiego dla potrzeb animacji użytkowej. Zajęcia realizowane są w grupach projektowych.
<b>Wymagania wstępne</b>	Zalecany jest udział uczestników zajęć w projekcjach filmów animowanych w trakcie festiwalu filmowych.

<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>
FA_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja wiedzy teoretycznej i praktycznej następuje poprzez realizację projektów z obszaru animacji. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: zaliczenie/egzamin końcowy (test prawda-falsz, pytania otwarte).	FA_1, FA_2
FA_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja wiedzy teoretycznej i praktycznej następuje poprzez realizację projektów z obszaru animacji. Ocena końcowa stanowi sumaryczną ocenę udziału w konwersatoriach (kolokwium 50%) oraz w warsztatach animacji (ocena projektu wykonanego pod kierunkiem prowadzącego zajęcia praktyczne 50%).	FA_3, FA_4, FA_5, FA_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>	
FA_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	FA_w_1
FA_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia w części warsztatowej poświęcone zostaną prezentacji podstawowych technik filmu animowanego: animacji rysunkowej, przedmiotowej (w tym lalkowej), animacji materiałów plastycznych (zwłaszcza plastelina) oraz sypekich, piksyłacji oraz animacji wycinankowej, a także najbardziej dynamicznie w ostatnich latach rozwijającej się animacji 3D. Uczestnicy będą mogli zapoznać się ze sposobami wykorzystania podstawowych technik realizacji filmów animowanych, z kolejnymi etapami ich powstawania zarówno w technikach klasycznych (od pomysłu, przez scenariusz, storyboard, fazę zdjęciową, montaż, udźwiękowienie, aż po finalny efekt), jak i komputerowych.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	FA_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Film reklamowy

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-FR

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
FR_1	Student posiada wiedzę z zakresu ekonomii, psychologii i socjologii pracy, komunikacji i środków przekazu w procesie organizacji reklamy, posiada wiedzę o wykorzystaniu różnych technik w realizacji kampanii reklamowych.	K_W04	4
FR_2	Student ma szczegółową i uporządkowaną wiedzę z zakresu historii reklamy i mediów. Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego i konieczność ich przestrzegania.	K_W01	5
FR_3	Student posiada umiejętności korzystania z różnych źródeł informacji oraz z doradztwa. Specjalistycznego, sytuowania aktów reklamowych w obszarze kultury współczesnej, wykorzystania tekstów poszczególnych reklam w działaniach służących budowaniu wizerunku marki.	K_U04	4
FR_4	Student posiada umiejętność krytycznej analizy przykładów poszczególnych reklam. Ma pogłębioną umiejętność posługiwania się pojęciami i paradygmatami badawczymi w zakresie medioznawstwa oraz umiejętność integrowania wiedzy z różnych obszarów.	K_U01	5
FR_5	Student rozwija świadomość odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania związane z pracą zespołową, potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonych zadań i ująć je w konспекcie, który potrafi zrealizować w praktyce.	K_K03	4
FR_6	Student zdaje sobie sprawę z etycznych i prawnych aspektów funkcjonowania w wirtualnej rzeczywistości, w szczególności w komunikacji pomiędzy odbiorcami, potrafi krytycznie analizować oraz interpretować reklamy, właściwie wykorzystując pojęcia i terminologię. Posiada umiejętność analizowania zjawisk społecznych i formułowania wniosków przyczynowo-skutkowych.	K_K01	3

### **3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest poznanie zasad realizacji komunikatu reklamowego jako formy kreatywnej promocji biznesu, a także technik i reguł obowiązujących w skutecznym komunikacie reklamowym, jak również psychologicznych aspektów odbioru treści reklamowych przez odbiorców. Choć spot reklamowy kojarzy się głównie z telewizją, od kilku lat rynek reklamy internetowej rozwija się w dynamicznym tempie. Yotubizacja rynku reklamy stała się faktem. Tak więc nabycie kompetencji skutecznej komunikacji w sieci jest bardzo istotne. Zajęcia służyć będą poznaniu specyfiki i miejsca reklamy prasowej oraz
-------------	--



	<p>audiowizualnej we współczesnej kulturze i rynku mediów, zapoznaniu się z budową reklam jako komunikatów perswazyjnych, analizie warstwy werbalnej, graficznej i audiowizualnej reklam.</p> <p>Dla realizacji programu powołane zostaną zespoły kreatywne. Z pewnością łącząc kompetencje praktyczne bazujące na zrealizowanych projektach i kampaniach z gruntowną wiedzą w obszarze reklamy możliwe będzie stworzenie reklamy graficznej bez konieczności angażowania profesjonalnego grafika. Odbiorcy najlepiej reagują na treści wizualne, czyli grafiki i wideo. Dlatego dla marketerów obowiązkiem jest dbanie o sferę wizualną przekazu. W trakcie zajęć studenci przekonają się, że najsilniejszy efekt daje wykorzystanie zaufania już istniejących klientów. Mnogość kampanii i strategii, które należy stworzyć, przeanalizować i koordynować, nie pozwala na powielanie schematów. Zajęcia stanowią będą kompilację wiedzy teoretycznej, poznanie mechanizmów stosowanych w przekazach reklamowych, jak również weryfikację tej wiedzy poprzez realizację praktycznych projektów.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Otwarty umysł i chęć nauki nowych rzeczy. Ważne jest silne zainteresowanie tym tematem. Doskonały kontakt z innymi osobami, Twórcy reklam komunikują się z innymi firmami, z klientami. Odbiorca musi wiedzieć, że jest słuchany i otrzymywać zrozumiałe komunikaty, a dodatkowo nie czuć zbyt dużego dystansu. Obsługa narzędzi marketingowych.

<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>
FR_w_1	Sprawdzian	Zaliczenie przedmiotu na ocenę: ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie obecności na zajęciach, oceny za wykonanie projektu grupowego, oceny ze sprawdzianu praktycznego i odpowiedzi ustnej.	FR_1, FR_2
FR_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	FR_3, FR_4, FR_5, FR_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>	
FR_fs_1	wykład	Wykład problemowy, metody aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem).	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	FR_w_1
FR_fs_2	ćwiczenia	Prezentacja poszczególnych zadań w formie prezentacji.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	FR_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Gatunki telewizyjne i filmowe

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-GTIF

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
GTIF_1	Student zdobywa wiedzę z zakresu wszystkich form telewizyjnych i filmowych, a także klasycznych przykładów gatunkowych.	K_W05	5
GTIF_2	Student zdobywa wiedzę, jak umiejętnie wykorzystać w swojej realizacji podstawy gatunkowe.	K_W06	4
GTIF_3	Student posiada umiejętność łatwego korzystania ze zdobytej wiedzy w przełożeniu na swoje realizacje.	K_U06	4
GTIF_4	Student posiada umiejętność korzystania z danego gatunku w swoim materiale audiowizualnym.	K_U07	5
GTIF_5	Student staje się bardziej odważny w realizacji swoich materiałów audiowizualnych.	K_K05	3
GTIF_6	Student posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w swoim biznesie dla lepszych efektów biznesowych.	K_K06	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Celem zajęć jest poznanie wszystkich gatunków realizacji filmowych i telewizyjnych, jako wstęp działalności w dziedzinie nowe media. Gatunek telewizyjny to krótkie formy reportażowe, newsowe itp, ich głównym atutem jest bieżąca informacja pokazana w krótki, aczkolwiek dosadny sposób, następuje inne skupienie na innych detalach, tak aby odbiorca mógł w krótkim czasie zapoznać się ze szczegółami, zainteresować się i zgodzić lub nie z materiałem. Celem modułu jest to, aby student poznał podział na filmy komediowe, dramat, obyczajowy, historyczny, dokumentalne, fabularne i animacyjne. Student pozna metody łączenia gatunków filmowych i telewizyjnych lub wyboru najbardziej adekwatnej formy przedstawienia treści. Student nauczy się, czy jego realizacja ma być jednorazowym newsem, czym zatem jest news, jakie ma znaczenie, jaką budowę i co na takiego newsa się składa. Czy jednak dana realizacja ma być serialem, odcinkami pewnej historii, jak umiejętnie budować napięcie u widzów. W jaki sposób opowiedzieć swoją historię, żeby była ciekawa, żeby odbiorcy nam kibicowali lub komentowali. Jakich narzędzi użyć do danej realizacji.
<b>Wymagania wstępne</b>	Podstawowa wiedza o realizacji form audiowizualnych, chęć poznawania nowych tematów, chęć uczestniczenia w zapoznawaniu się z konkretnymi przykładami. Chęć wzięcia udziału w tzw. researchu i rozróżnianiu gatunków filmowych, znajomość konkretnych przykładów na podział na gatunki filmowe i telewizyjne, łatwe ich odróżnianie. Chęć próby łączenia tych gatunków.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
GTIF_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie ustnej, zgodny z opisem sposobu weryfikacji zawartej w sylabusie, weryfikujący kompetencje studenta.	GTIF_1, GTIF_2
GTIF_w_2	Ocena ciągła	Próba stworzenia krótkiego pomysłu w danym gatunku, ocena końcowa pod kątem usadowienia swojego materiału w konkretnym gatunku.	GTIF_3, GTIF_4, GTIF_5, GTIF_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	
GTIF_fs_1	wykład	Wykład oraz analiza na konkretnych przykładach gatunkowych, ( film i tv), ocena merytoryczna. Konkretnie przykłady podziału na gatunki.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	GTIF_w_1
GTIF_fs_2	ćwiczenia	Praca na przykładach różnych gatunków telewizyjnych i filmowych.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	GTIF_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Historia filmu i telewizji

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-HFIT

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
HFIT_1	Student identyfikuje fazy historyczne rozwoju mediów i kina, nazywa i definiuje komunikaty i epoki historyczne związane z komunikowaniem się człowieka, zna metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania danych, właściwe dla nauk o mediach, pozwalające opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące.	K_W01	5
HFIT_2	Student ma wiedzę o procesach zmian struktur i instytucji społecznych oraz ich elementów w zakresie nauk o mediach oraz o przyczynach, przebiegu, skali i konsekwencjach tych zmian, zarówno w telewizji jak i w kinie.	K_W04	4
HFIT_3	Student potrafi prognozować (uwzględniając także praktyczne aspekty tych prognoz) procesy i zjawiska społeczne (kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne), z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej.	K_U01	4
HFIT_4	Student potrafi tworzyć ustne, pisemne i filmowe formy przekazów publicznych oraz kompetentnie prezentować je w uwarunkowaniach konkretnych mediów lub działań edukacyjnych.	K_U03	5
HFIT_5	Student nabywa wrażliwości na złożoność procesów medialnych i komunikacyjnych, staje się zdolnym do krytycznej analizy przekazów medialnych na przestrzeni historii, postrzega media i kino jako narzędzia budujące relacje społeczne.	K_K01	4
HFIT_6	Student staje się świadomym odbiorcą zdolnym do zastosowania etyki w ocenie przekazu medialnego i filmowego. Potrafi powstrzymać się z wyrażaniem ocen subiektywnych; posiada zdolności koncyliacyjne, mediacyjne, moderatorskie.	K_K03	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest: przekazanie wiedzy z zakresu historii filmu i telewizji, poznanie przez studentów kanonicznych dzieł sztuki filmowej i telewizyjnej, prądów kształtujących dzieło filmowe i gatunki telewizyjne od początku istnienia kina i telewizji, nabycie przez studentów wiedzy dotyczącej estetyki obrazu filmowego oraz metod analizy i interpretacji dzieła filmowego i telewizyjnego. Inne zagadnienia tematyczne to: miejsce sztuki filmowej i telewizyjnej wśród historii innych sztuk oraz zdolność rozpoznawania i opisywania najważniejszych zjawisk i dzieł z historii filmu i telewizji, fazy rozwoju
-------------	---

	mediów i ich przeobrażeń tak na przestrzeni dziejów, jak i w kontekście zjawisk społecznych. Studenci zdobędą umiejętności opisu kształtowania kultury filmowej i medialnej oraz rozwoju sposobów komunikowania się ludzi poprzez różnego rodzaju media w ujęciu historycznym.
<b>Wymagania wstępne</b>	Znajomość historii powszechnej, umiejętność analizy treści przekazu medialnego np. informacji telewizyjnej, historycznego tekstu źródłowego, jak również zdolność interpretacji obrazu filmowego.

<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>
HFIT_w_1	Sprawdzian	Egzamin końcowy (pytania otwarte i test wyboru), referat.	HFIT_1, HFIT_2
HFIT_w_2	Ocena ciągła	Ocena jest dokonywana przez prowadzącego na podstawie bieżącej obserwacji zaangażowania studentów na zajęciach kontaktowych, ich własnej chęci poznania nowych treści, ich przygotowania do zajęć oraz postępów w zakresie wiedzy i umiejętności.	HFIT_3, HFIT_4, HFIT_5, HFIT_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>	
HFIT_fs_1	wykład	Wykład (metoda podstawowa) oraz analiza źródeł drukowanych, cyfrowych, dzieł audiowizualnych oraz pokaz np. slajdów, audycji, filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	
HFIT_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja pewnych partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (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:** 09-ZN-S2-KRNM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
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

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Marketing w mediach społecznościowych

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-MWMS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
MWMS_1	Student zna zasady planowania i realizacji kampanii marketingowo sprzedażowych z wykorzystaniem social media, ma pogłębioną wiedzę z zakresu funkcjonowania mediów społecznościowych i determinant mających wpływ na ekonomiczne aspekty zarządzania firmą.	K_W04	5
MWMS_2	Student potrafi dobierać i efektywnie wykorzystywać poszczególne narzędzia informatyczne w rozwiązywaniu konkretnych problemów, z jakimi można się spotkać w działaniach dotyczących obszaru marketingu. Swobodnie porusza się w ramach nauk o nowych mediach i potrafi je wykorzystać w różnych wymiarach życia społecznego: potrafi prowadzić badania w tym zakresie, opracować je i przedstawić.	K_W03	4
MWMS_3	Student realizuje zadania w sposób zapewniający bezpieczeństwo, zdaje sobie sprawę z konsekwencji wykorzystywania nielegalnego oprogramowania, a także akceptuje i stosuje się do reguł panujących w czasie komunikowania się w sieci.	K_U02	4
MWMS_4	Słuchacz ma umiejętność wykorzystania zasobów internetowych w działaniach marketingowych organizacji, rozwija świadomość odpowiedzialności za wspólnie realizowane zadania związane z pracą zespołową.	K_U03	5
MWMS_5	Student potrafi poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	K_K01	4
MWMS_6	Student posiada umiejętność analizy procesów zachodzących w środowisku cyfrowym.	K_K02	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest nabycie przez studentów poznanie metod zarządczych służących skutecznej komunikacji, aktualizacja i rozwinięcie wiedzy oraz umiejętności słuchaczy niezbędnych do efektywnego stosowania nowoczesnych technologii z uwzględnieniem aktualnych warunków ekonomicznych oraz konkurencyjnego otoczenia. Zajęcia służyć będą zdefiniowaniu procesu sieciowej komunikacji i nakreśleniu najważniejszych elementów dialogu klient-firma oraz sposobom
-------------	---



	<p>budowania zaufania i lojalności klienta wobec firmy za pomocą wymiany informacji. Przedmiot realizowany będzie w małych grupach projektowych i służyć będzie praktycznej ocenie skutecznej komunikacji w cyfrowym środowisku z wykorzystaniem technik stosowanych w marketingu sieciowym. Studenci poznają nowoczesne techniki sieciowej komunikacji ze wskazaniem różnic komunikacyjnych oraz narzędzi w zależności od zdefiniowanych grup docelowych. Nabędą kompetencje w tworzeniu komunikatów z obszaru content marketingu, marketingu partyzanckiego, memów oraz marketingu w czasie rzeczywistym. Poznają narzędzia komunikacji z klientem w Internecie z wyszczególnieniem: poczty elektronicznej (e-mail), grup dyskusyjnych, komunikacji bezpośredniej - chat, kartek wirtualnych z życzeniami, sposobów współtworzenia strony www, gier i gadżetów elektronicznych, wideokonferencji.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	<p>Student powinien dysponować podstawową wiedzą na temat funkcjonowania cyfrowej komunikacji. Wykazywać się kreatywnością myślenia znać podstawowe narzędzia wykorzystywane w komunikacji: język, obraz, znać język angielski.</p>

#### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MWMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin ustny - dyskusja otwarta, w trakcie której analizowane są poszczególne projekty przygotowane przez studentów. Po zakończeniu dyskusji na dany temat prowadzący dokonuje krótkiego podsumowania obejmującego ocenę wypowiedzi dyskutantów oraz ocenia projekty przygotowane przez zespoły powołane przez studentów.	MWMS_1, MWMS_2
MWMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	MWMS_3, MWMS_4, MWMS_5, MWMS_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	
MWMS_fs_1	wykład	Wykład problemowy, metody aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem, panelowa) metody praktyczne: ćwiczenia przedmiotowe. Zajęcia prowadzone są w formie konwersatoryjnej. W trakcie zajęć prowadzący przedstawia studentom problem. Studenci powołują grupy do realizacji konkretnych zadań. Przygotowują prezentacje, które są oceniane na kolejnych zajęciach. Analizowane są możliwe warianty rozwiązania problemu.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	MWMS_w_1
MWMS_fs_2	ćwiczenia	Prezentacja poszczególnych zadań w formie prezentacji.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	MWMS_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**           Montaż filmu

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-MF

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
MF_1	Student zna zasady wpływu montażu na rodzaj opowieści, a także techniki łączenia obrazu z muzyką.	K_W07	5
MF_2	Student ma wiedzę, jak opowiedzieć daną historię montażem, zna podstawy techniczne pracy montażysty.	K_W05	4
MF_3	Student posiada umiejętność w warunkach domowych montażu swojego krótkiego materiału audiowizualnego.	K_W06	5
MF_4	Student posiada umiejętność opowiedzenia montażem historii, np. poprzez cięcia montażowe, przenikania itp., a także wykorzystania utworu muzycznego w montażu, jako dodatkowego łącznika w filmie.	K_W07	4
MF_5	Student nabędzie świadomość, w jaki sposób montażem można wpłynąć na zmianę gatunku materiału filmowego.	K_K05	4
MF_6	Student poprzez odpowiedni montaż będzie mógł wypróbować zrealizowany materiał w kilku wariantach montażowych, mających różny charakter i wydźwięk społeczny.	K_K06	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	<p>Celem tego przedmiotu jest umiejętność wyboru zrealizowanego przez nas materiału i scalenia go w jedną całość, obejmuje podstawy wiedzy montażu, technika przetwarzania obrazu, umiejętność łączenia obrazu z muzyką itp. Te umiejętności student będzie mógł posiadać w momencie kiedy opíše swój pomysł, zaplanuje jego koszty, zrealizuje i założy ile mniej więcej ma trwać dany projekt. Te umiejętności student zdobędzie na etapie zrealizowanego przez siebie materiału audiowizualnego.</p> <p>Student doświadczy tego, że montaż materiału to czasem drugie 50 % sukcesu filmu, a także że z tych samych zrealizowanych materiałów można na dowolne sposoby zmontować materiał, tak aby był on różnym gatunkiem filmowym. Student pozna tajniki technicznej pracy nad obrazem i muzyką, w tym jej kompozycji. W montażu filmu, ogromną rolę odgrywa właśnie muzyka, również ważna jest technika montażu, szybka, sprawna to opowieść bardziej komercyjna, skierowana do niecierpliwego odbiorcy, gotowego na rozrywkę. Natomiast montaż spokojny, wydłużony to rodzaj opowieści osobistej autorskiej, w większości artystycznej.</p>
-------------	---

	Student pozna rodzaje realizacji ujęć, rodzajów planów, plan bliski, plan amerykański, zbliżenie, półzbliżenie itp. Pozna typową międzynarodową nomenklaturę, dzięki której łatwiej się komunikować z zespołem podczas realizacji scen jak i samego montażu.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien znać podstawy łączenia technik realizacji. Powinien znać podstawy komunikacji, typu jaki rodzaj planu chce teraz wykorzystać. Powinien posiadać wrażliwość oraz wiedzę na temat filmu i telewizji. Student powinien mieć podstawy i podać konkretne przykłady filmów i programów tv, które mają podobne style montażowe.

<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>
MF_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian praktyczny polegający na weryfikacji następujących kompetencji: rozpoznawanie wybranych kadrów z filmu jako część historii i umiejętność posługiwania się nimi.	MF_1, MF_2
MF_w_2	Ocena ciągła	Ocenianie poszczególnych etapów montażu, w tym podstawowa obsługa techniczna sprzętu.	MF_3, MF_4, MF_5, MF_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>	
MF_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją, prezentacją multimedialną i pokazem filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	MF_w_1
MF_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia poświęcone zostaną praktycznej prezentacji podstawowych technik montażu filmu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	30	MF_w_2

<b>1. Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>	
2. Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego	
3. Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)	
4. Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia	
5. Profil kształcenia	ogólnoakademicki	
6. Forma prowadzenia studiów	stacjonarna	

**Moduł kształcenia:** Muzyka w filmie (do wyboru jeden przedmiot: Muzyka w filmie fabularnym lub Muzyka w filmie dokumentalnym)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-MWF

**1. Liczba punktów ECTS:** 4

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
MWF_1	Student ma uporządkowaną wiedzę o muzyce filmowej, jej historii i związków z technologią filmową.	K_W11	4
MWF_2	Student zna głównych twórców muzyki filmowej i ich twórczość.	K_W12	5
MWF_3	Student identyfikuje elementy ścieżki dźwiękowej oraz identyfikuje elementy dzieła muzycznego funkcjonującego z obrazem ruchomym.	K_U10	5
MWF_4	Student rozumie podstawowe elementy i etapy produkcji dźwięku w filmie.	K_U12	4
MWF_5	Student wskazuje zależności pomiędzy twórcami muzyki filmowej z twórcami obrazu ruchomego.	K_K12	3
MWF_6	Student docenia rolę muzyki w różnych gatunkach i podgatunkach filmowych.	K_K11	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Muzyka w filmie fabularnym</li> <li>•Muzyka w filmie dokumentalnym</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Muzyka w filmie fabularnym</p> <p>Celem przedmiotu jest prezentacja podstawowych informacji z zakresu muzyki filmowej, rozwoju technologii wpływającej na kompozytorów oraz sylwetek twórców i ich dzieł muzycznych w korelacji z reżyserami i konkretnymi filmami. Celem jest także kształcenie umiejętności identyfikacji elementów ścieżki dźwiękowej, stylów muzycznych i technik kompozytorskich.</p> <p>Opis przedmiotu: Muzyka w filmie dokumentalnym</p>

Celem przedmiotu jest kształcenie kompetencji w dostrzeganiu roli muzyki w filmie dokumentalnym, w szczególności kształcenie umiejętności tworzenia cech muzyki, jakich, jak m.in. wyróżnik czasu akcji, wyróżnik tematyczny, wyróżnik technologiczny.

**Wymagania wstępne** Ogólna znajomość dzieł filmowych.

#### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MWF_w_1	Sprawdzian	Student rozwiązuje test obejmujący zagadnienia omawiane na wykładach oraz wskazane zagadnienia do przygotowania jako praca własna.	MWF_1, MWF_2
MWF_w_2	Ocena ciągła	Student przygotowuje pracę semestralną na wskazany temat. Praca semestralna oceniania jest pod kątem merytorycznym, zawartej i zastosowanej w niej bibliografii (również cytowanych fragmentów tekstów źródłowych).	MWF_3, MWF_4, MWF_5, MWF_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	
MFw_fs_2	ćwiczenia	Metoda ćwiczeniowa wsparta nagraniami audio oraz video.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	MWF_w_1
MWF_fs_1	wykład	Metoda wykładowa wsparta nagraniami audio oraz video.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	MWF_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Ochrona własności intelektualnej

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-OWI

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
OWI_1	Student posiada wiedzę na temat celu stosowania ochrony własności intelektualnej.	K_W08	5
OWI_2	Student zna przepisy prawa w zakresie ochrony własności intelektualnej w nowych mediach.	K_W05	4
OWI_3	Student posiada umiejętność określania swoich praw i obowiązków w Internecie.	K_U08	5
OWI_4	Student posiada umiejętność świadomego poruszania się w przestrzeni Internetu.	K_U05	4
OWI_5	Student zna ograniczenia związane z poruszaniem się w sieci i publikowaniem materiałów audiowizualnych.	K_K07	4
OWI_6	Student posiada świadomość praw innych osób w sieci.	K_K05	3

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy na temat przepisów regulujących ochronę własności intelektualnej, a także praktycznych wskazówek, w jaki sposób ochrona taka przysługuje twórcom dzieł literackich, publicystycznych, naukowych, kartograficznych, programów komputerowych, utworów plastycznych, fotograficznych, wzornictwa przemysłowego, autorom witryn internetowych, zamieszczanych w Internecie zdjęć, filmów, blogów, utworów muzycznych czy oprogramowania.
<b>Wymagania wstępne</b>	Podstawowa wiedza z zakresu prawa gospodarczego.

<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>
OWI_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej polegający na weryfikacji następujących kompetencji: rozpoznawanie niebezpieczeństw z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz	OWI_1, OWI_2

		umiejętność rozwiązań w przypadku takich naruszeń.	
OWI_w_2	Ocena ciągła	Praca ze studentami na w ramach prowadzonych ćwiczeń i ocena ich przygotowania do zajęć.	OWI_3, OWI_4, OWI_5, OWI_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	
OWI_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, prezentacja multimedialna, praca na konkretnych przykładach.	15	Praca własna studenta polegać będzie na wykorzystaniu zapisów prawnych w swoim dziele	15	OWI_w_1
OWI_fs_2	ćwiczenia	Omawianie poszczególnych rodzajów utworów multimedialnych i sposobów ochrony prawa ich własności.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów.	15	OWI_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Podstawy grafiki projektowej

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PGP

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PGP_1	Student posiada wiedzę na temat wykorzystania grafiki w komunikacji reklamowej.	K_W05	5
PGP_2	Student zna obsługę twórczych programów komputerowych, a także wpływ grafiki na rozwój świadomości marki własnej firmy.	K_W07	4
PGP_3	Student posiada umiejętność obsługi kreatywnych programów komputerowych.	K_U06	5
PGP_4	Student posiada umiejętność łączenia grafiki z treścią multimedialną, a także jest świadomy własnych indywidualnych umiejętności przydatnych w zawodzie w zakresie kompozycji graficznej.	K_U07	4
PGP_5	Student jest świadomy istniejących problemów projektowych w kontekście społecznym i estetycznym.	K_K06	4
PGP_6	Student nastawiony jest na zaspokojenie potrzeb odbiorców w zakresie doznań estetycznych i emocjonalnych.	K_K05	3

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do zespołowej i indywidualnej pracy związanej ze współczesną grafiką projektową. Student ma szansę na zdobycie wiedzy dającej możliwość zatrudnienia w graficznych studiach projektowych, agencjach reklamowych i brandingowych, wydawnictwach, drukarniach lub pozwalającej na niezależną pracę zawodową i artystyczną. Przedmiot rozwija kompetencje studentów w zakresie projektowania graficznego i komunikacji reklamowej oraz praktycznego zastosowania takich programów jak Photoshop, InDesign itp.
<b>Wymagania wstępne</b>	Obsługa podstawowych programów graficznych.



4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PGP_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej i graficznej, mający na celu sprawdzenie wiedzy teoretycznej na temat grafiki projektowej.	PGP_1, PGP_2
PGP_w_2	Ocena ciągła	Ocena poszczególnych etapów wykonania grafiki komputerowej jako znaku towarowego swojego projektu multimedialnego.	PGP_3, PGP_4, PGP_5, PGP_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	
PGP_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	PGP_w_1
PGP_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone ze względu na swoją specyfikę w mniejszych grupach, wymagające specjalistycznego oprogramowania dostępnego wyłącznie w pracowniach komputerowych. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	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	PGP_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Podstawy psychologii (do wyboru jeden przedmiot: Podstawy psychologii społecznej lub Podstawy psychologii Internetu)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PP

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
PP_1	Student definiuje podstawowe pojęcia takie, jak: poznanie społeczne, dysonans społeczny, komunikacja interpersonalna, atrakcyjność interpersonalna, konformizm, normatywny wpływ społeczny, informacyjny wpływ społeczny, wpływ autorytetu, uprzedzenie, stereotyp, dyskryminacja, zachowanie prospołeczne, atrybucja, syndrom myślenia grupowego, władza, przywództwo i inne objęte zakresem tematycznym zajęć.	K_W10	5
PP_2	Student wyjaśnia znaczenie psychologii społecznej jako nauki w interpretowaniu określonych zjawisk w życiu gospodarczym i w Internecie.	K_W11	4
PP_3	Student klasyfikuje zjawiska psychologiczne oraz potrafi ocenić ich pozytywny i negatywny wymiar.	K_U09	4
PP_4	Student identyfikuje przyczyny zachowań ludzi w grupie, proponuje rozwiązania problemów w obszarze psychologii społecznej.	K_U12	5
PP_5	Student doskonali umiejętność pracy w grupie.	K_K09	4
PP_6	Student utożsamia się z ideą uczenia się przez całe życie.	K_K12	3

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Podstawy psychologii społecznej</li> <li>•Podstawy psychologii Internetu</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Podstawy psychologii społecznej</p> <p>Celem zajęć w ramach Podstaw psychologii społecznej jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy z obszaru psychologii społecznej w zakresie umożliwiającym zrozumienie procesów zarządzania współczesnymi organizacjami. Wiodącymi zagadnieniami omawianymi na zajęciach będą</p>

	<p>podstawowe mechanizmy zachowań ludzi w zbiorowościach społecznych takich, jak zespoły, organizacje czy społeczeństwo. Tematami kolejnych zajęć będą: wyjaśnienie istoty nauki, jaką jest psychologia społeczna, zachowania ludzi w wymiarze indywidualnymi i grupowym oraz ich determinanty, poznania społecznego, zjawisko konformizmu, efekt próżniactwa społecznego i inne negatywne efekty pracy grupowej, stereotypy i uprzedzenia, wpływ społeczny (w tym manipulacja, władza i przywództwo), inteligencja społeczna i inne kompetencje społeczne. Uczestnictwo w zajęciach umożliwi trening podstawowych umiejętności z obszaru komunikacji interpersonalnej oraz rozwiązywania problemów związanych z funkcjonowaniem ludzi w otoczeniu społecznym. Istotnym obszarem prowadzonych zajęć będzie nawiązanie do kontekstu organizacji oraz zarządzania nimi.</p> <p>Opis przedmiotu: Podstawy psychologii Internetu</p> <p>Celem przedmiotu jest przedstawienie psychicznych aspektów cyberprzestrzeni. Student pozna uwarunkowania zjawiska, dlaczego miliony ludzi z całego świata codziennie spotykają się w wirtualnym świecie, aby porozmawiać, zdobyć potrzebne informacje, nauczyć się, zabawić się czy zarobić. Tematami zajęć będzie wpływ Internetu na życie człowieka, jego stosunku międzyludzkie, oraz codzienne życie. Przedstawione zostaną następujące zagadnienia: sieciowa tożsamość, psychologia tworzenia wrażenia, sieciowe maski i maskarady, dynamika grup społecznych w cyberprzestrzeni, psychologia agresji w sieci, sympatia i miłość w sieci, psychologiczne aspekty pornografii, psychologia pomagania, problematyka płci w sieci, pielęgnowanie tradycyjnych wartości w Internecie.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Podstawowa wiedza z zakresu nauk społecznych.

#### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PP_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja znajomości podstawowych pojęć oraz sposobów rozwiązywania konkretnych problemów, umiejętności pracy w grupie, znajomości technik twórczego myślenia oraz umiejętności prezentowania wypracowanych rozwiązań	PP_1, PP_2
PP_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja umiejętności pracy w grupie nad wybranym problemem oraz prezentacji jego rozwiązania.	PP_3, PP_4, PP_5, PP_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	
PP_fs_1	wykład	Zajęcia będą prowadzone w formie interaktywnego wykładu, w ramach którego wprowadzone zostaną elementy dyskusji, studium przypadku, gry oraz techniki twórczego myślenia.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	60	PP_w_1
PP_fs_2	ćwiczenia	Metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne) i metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna) lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	60	PP_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Podstawy reżyserii

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PR

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PR_1	Student posiada wiedzę z podstawowych technik reżyserii.	K_W07	5
PR_2	Student potrafi stworzyć i zrealizować działania zmierzające do realizacji scenariusza filmu.	K_W06	4
PR_3	Student posiada umiejętność przekazywania w prosty sposób swojej wiedzy innym współpracownikom w zespole produkcyjnym, opowiadania danej historii w sposób ciekawy i ważny.	K_U07	5
PR_4	Student posiada umiejętność komunikacji międzyludzkiej, podejmowania szybkich decyzji w trudnych sytuacjach na planie filmowym.	K_U05	4
PR_5	Student posiada większą wrażliwość na zdarzenia w swoim otoczeniu, potrafi wykorzystać swoje doświadczenia lub przeżycia w sposobie realizacji dzieła.	K_K05	4
PR_6	Student potrafi jednoczyć ludzi w celu powstania wspólnego dzieła, a także potrafi zdobyć szacunek do swojej osoby poprzez swoją pracę na planie filmowym.	K_K06	3

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	<p>Celem przedmiotu będzie umiejętne posługiwanie się wcześniej wymyślonym i spisany pomysłem. Ponieważ sztuka reżyserii to sztuka wykorzystywania przypadków i jest to umiejętność obserwacji, zbierania i wykorzystania swoich doświadczeń, uczuć, reżyser musi posiadać dużą wrażliwość, ale musi też być w stosunku do niej asertywny. Powinien z każdego tematu wyciągnąć sprawy najważniejsze, wokół nich stworzyć wątki i z nich rozbudować historię. Dlatego student poprzez kontakt z profesjonalnymi reżyserami zdobędzie wiedzę na temat pracy reżysera, w tym pracy podczas analizy scenariusza, wydobywania najlepszych cech ze scenariusza, opowiadania historii w taki sposób, aby przyciągnąć, oczarować i zatrzymać widza.</p> <p>Uczestnik zapozna się z podstawowymi wartościami reżysera, pozna profesjonalną aparaturę pojęciową, będzie analizował przedstawiane mu dzieła filmowe jak i gatunki telewizyjne.</p>

	Student nauczy się, jak się komunikować, aby być zrozumiany, jak przekazywać swoim współpracownikom treść pomysłów kreatywnych, pracować montażowo.
<b>Wymagania wstępne</b>	Powinien posiadać umiejętności komunikacji, powinien w łatwy sposób potrafić przekazywać swoje pomysły.

<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>
PR_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy, w formie pisemnej, poprzez propozycje zmian scenariuszowych, tak aby ostatecznie doprowadziły one do ostatecznego spójnego pomysłu na realizację Dzieła. Student ma za zadanie wykazać się wiedzą na temat kina europejskiego i przygotować się pod kątem tej wiedzy.	PR_1, PR_2
PR_w_2	Ocena ciągła	Oceniana będzie wrażliwość studenta, sposób komunikacji międzyludzkiej, wiedza ogólna studenta, umiejętność panowania nad daną sytuacją i koordynacja wszystkich twórczych elementów jako podstawa do powstania utworu audiowizualnego.	PR_3, PR_4, PR_5, PR_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>	
PR_fs_1	wykład	Wykład informacyjny, poparty projekcjami kilku filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PR_w_1
PR_fs_2	ćwiczenia	Analiza filmowa na przykładzie twórczości wybranych polskich i światowych reżyserów. Sprawdzana będzie wiadomość studenta z zakresu sposobów realizacji utworów audiowizualnych do umieszczenia w sieci.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	PR_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Podstawy sztuki operatorskiej

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PSO

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PSO_1	Student posiada wiedzę na temat podstawowych technik filmowych, pracy z kamerą i pracy ze światłem.	K_U05	4
PSO_2	Student zna podstawy komunikowania się w kwestii kadrów i ujęć filmowych.	K_W07	5
PSO_3	Student posiada umiejętność uchwycenia danej sytuacji w sposób audiowizualny, posiada umiejętność opowiadania obrazem.	K_U07	5
PSO_4	Student posiada umiejętność wykorzystania zastanego światła w danym momencie, a także zmiany nastroju realizowanego materiału poprzez użycie innego kadru lub też światła.	K_U06	4
PSO_5	Student posiada świadomość znaczenia przekazu pewnych wartości za pomocą obrazu.	K_K05	4
PSO_6	Student potrafi połączyć sztukę operatorską z innymi dziedzinami sztuki, wykorzystując scenariusz, muzykę i pracę aktora.	K_K06	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Celem tych zajęć, będzie umiejętne posługiwanie się przez studenta kamera, umiejętne wykorzystanie kamery do zrealizowania swojego zaplanowanego projektu. Student będzie miał zajęcia z profesjonalnymi operatorami filmowymi oraz telewizyjnymi. Ważna będzie nauka od podstaw, takich jak umiejętne oświetlenie planu. Jak należy skorzystać z zastanego światła, lub w przypadku realizacji zdjęć w plenerze, przy dużym słońcu, jak uniknąć prześwietlenia, niedoświetlenia. Ważną lekcją będzie praca z kamerą, poznanie zasad, rodzajów planów i perspektyw, poznanie pojęć: kadr, ujęcie, a także w jaki sposób za pomocą obrazu opowiedzieć daną opowieść, lub jak sfilmować rozmówcę aby materiał wydawał się jeszcze ciekawszy. Student za pomocą kadrów filmowych będzie mógł ten sam materiał opowiedzieć na wiele sposobów, w ciasnym kadrze dobrze opowiada się historie kameralne, intymne. Te zajęcia to również analiza ruchu kamery i poszczególnych kadrów na przykładach kilku filmów i innych realizacji. Podczas tych zajęć studenci będą omawiali również podstawy fotografii filmowej, co przybliży ich do bycia wrażliwym na piękno.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien wymienić kilka przykładów filmowych lub telewizyjnych, opowiadanych obrazem, powinien znać podstawowe pojęcia operatorskie, powinien być wrażliwy na obraz.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PSO_w_1	Sprawdzian	Studenci realizują małe projekty realizacyjne, na podstawie których jest przeprowadzany egzamin ustny i pisemny.	PSO_1, PSO_2
PSO_w_2	Ocena ciągła	Ocenianie fragmentów przygotowywanego przez studenta materiału filmowego.	PSO_3, PSO_4, PSO_5, PSO_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	
PSO_fs_1	wykład	Wykład tematyczny, przykłady dobrego i złego wykorzystania światła w filmie, wykład dotyczący sposobu wykonywania zdjęć do dzieła, wpływ pracy operatora na jakość dzieła.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PSO_w_1
PSO_fs_2	ćwiczenia	Praca na sprzęcie i natychmiastowa analiza wykonanych zdjęć.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	PSO_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Pozyskiwanie środków finansowych i sponsoring

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PSFIS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
PSFIS_1	Student posiada wiedzę z zasad autoprezentacji, w tym swobodnie porusza się w zakresie komunikacji z klientem i negocjacji biznesowych.	K_W05	4
PSFIS_2	Student posiada wiedzę z analizy biznesowej.	K_W06	5
PSFIS_3	Student posiada umiejętności komunikacji, odważnie podejmuje decyzji, potrafi ponosić konsekwencje dokonanych transakcji.	K_U07	5
PSFIS_4	Student posiada umiejętności negocjacyjne, posiada umiejętność zdobywania funduszy, posiada umiejętność swobodnego poruszania się w wypełnianiu podstawowych formularzy.	K_U08	4
PSFIS_5	Student wykazuje postawę współodpowiedzialności za wypracowane wspólnie wyniki.	K_K05	3
PSFIS_6	Student ma świadomość potencjalnych konsekwencji swoich decyzji finansowych.	K_K08	4

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem tych zajęć jest przekazanie wiedzy na temat źródeł pozyskiwania środków finansowych z podziałem na środki unijne, publiczne, źródła prywatne i komercyjne. Student pozna też zasady współpracy product placement i city placement. Student pozna pojęcie sponsoringu jako formę promocji. Celem będzie przekazanie wiedzy, w jaki sposób i jakie pieniądze pozyskać, jak je odpowiednio wydatkować i w jaki sposób rozliczyć wzajemne świadczenia z podmiotami finansującymi.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien posiadać wiedzę na temat rynku, być przedsiębiorczym i asertywnym.



4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PSFIS_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny w zakresie przedstawienia konkretnych przykładów źródeł finansowania produkcji multimedialnych.	PSFIS_1, PSFIS_2
PSFIS_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, będąca średnią ocen z zadań realizowanych w trakcie ćwiczeń zgodny z opisem sposobu weryfikacji zawartej w sylabusie. Student będzie poddany testowi na konkretnym przykładzie. Student dobierze dowolną osobę z grupy i w formie ustnej zaprezentuje swoją wiedzę na temat negocjacji pozyskania danego źródła finansowego. Student przedstawi w formie prezentacji multimedialnej swoją ofertę sponsoringu.	PSFIS_3, PSFIS_4, PSFIS_5, PSFIS_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	
PSFIS_fs_1	wykład	Wykład, prezentacja multimedialna, dyskusja, praca na przykładach.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	
PSFIS_fs_2	ćwiczenia	Praca w grupach w zakresie prowadzenia negocjacji i na przykładach pakietów sponsoringowych.	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	

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Prawo autorskie

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PA

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
PA_1	Student zna podstawy prawna, ułatwiające poruszanie się w nowych mediach, np. jak chronić swoje dzieło i szanować powstałe do tej pory dzieła.	K_W07	4
PA_2	Student posiada wiedzę z zakresu, jak korzystać z cudzego utworu i jak nadać mu nowe życie w swoim dziele audiowizualnym.	K_W08	5
PA_3	Student posiada umiejętność poruszania się w przestrzeni prawa autorskiego oraz odpowiedniego wykorzystania obcego dzieła w swoim materiale audiowizualnym.	K_U07	4
PA_4	Student posiada umiejętność podejmowania decyzji, kiedy i w jaki sposób warto z konkretnego dzieła skorzystać.	K_U08	5
PA_5	Student ma świadomość zachowań zgodnych z prawem autorskim.	K_K05	3
PA_6	Student ma zdolność unikania niebezpiecznych i przykrych obciążeń prawnych wytoczonych mu przez potencjalnych poszkodowanych.	K_K08	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Na zajęciach studenci poznają tajniki i podstawy zagadnień dotyczących prawa autorskiego w zakresie: autorskiego prawa majątkowego, autorskiego prawa osobistego, praw zależnych, praw pokrewnych.</p> <p>Student uczy się wybranych zagadnień z podstaw autorskich praw osobistych i majątkowych, dowiaduje się, jak zadbać o swoje prawa i jak korzystać z praw innych. Aby móc pełnoprawnie skorzystać z wybranego przez studenta utworu/obrazu, nazwiska itp., dany student musi posiadać bazową wiedzę na temat, jakie prawa są ile ważne, jak wygląda sprawa ze spadkobiercami, czy warto korzystać z istniejących materiałów itp.</p> <p>Wiedza, którą student nabędzie pozwala na umiejętne poruszanie się w sferze nowych mediów oraz pozwala uchronić się przed wykorzystaniem przez inne osoby autorskiego dzieła.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	

Podstawy z zakresu prawa, umiejętność wykorzystania gotowego dzieła w swojej pracy. Student powinien wykazać się chęcią zdobywania informacji na temat źródła pochodzenia danego utworu, potencjalnego do wykorzystania w swoim dziele. Absolutna prawość wszystkich swoich działań, zgoda na legalność pozyskiwanych materiałów.

#### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PA_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej w następującym zakresie: wiedza w zakresie prawa autorskiego, znajomość rodzajów autorskich praw, w tym praw pokrewnych. Student zapoznaje się na z wymaganymi pozycjami książkowymi, w tym temacie, jako uzupełnienie do wiedzy z wykładów.	PA_1, PA_2
PA_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta. Student przygotowuje analizę chronionych prawem dzieł, które planuje wykorzystać w swoim projekcie.	PA_3, PA_4, PA_5, PA_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	
PA_fs_1	wykład	Metoda podająca (wykład informacyjny) i metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny).	15	Praca własna studenta polegać będzie na wykorzystaniu zapisów prawnych w produkcji swojego dzieła multimedialnego.	15	PA_w_1
PA_fs_2	ćwiczenia	Objaśnienia i wyjaśnienia, w tym praca studenta zadającego pytania na konkretnych przykładach zagadnień prawnych. Dyskusja, pytania i odpowiedzi na konkretnych przykładach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów.	15	PA_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Prowadzenie negocjacji (do wyboru jeden przedmiot: Prowadzenie negocjacji biznesowych lub Prowadzenie negocjacji pracowniczych)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-PN

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PN_1	Student ma podstawową wiedzę z zakresu organizowania i kształtowania relacji z partnerami w procesie negocjacyjnym, ma wiedzę dotyczącą strategii i technik oddziaływania na strony negocjacji.	K_W10	5
PN_2	Student zdobywa wiedzę z zakresu ekonomii, psychologii i komunikacji swoich interesów w procesie negocjacyjnym.	K_W09	4
PN_3	Student ma umiejętność krytycznej analizy przykładów sytuacji negocjacyjnych, nabywa umiejętności stosowania technik i zasad tworzenia optymalnej oferty w codziennej pracy.	K_U11	4
PN_4	Student potrafi stworzyć ofertę, kontrakt czy skuteczne komunikat umożliwiające dotarcie do odpowiednich klientów.	K_U12	5
PN_5	Student posiada umiejętności asertywne i umiejętności komunikacyjne, również w zespole.	K_K10	3
PN_6	Student posiada kompetencje do sprawnego kształtowania pozytywnych relacji w organizacji, jak i jej otoczeniu, zdaje sobie sprawę z etycznych kwestii w procesie negocjacyjnym oraz prawnych aspektów kooperowania z innymi podmiotami.	K_K12	4

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Prowadzenie negocjacji biznesowych</li> <li>•Prowadzenie negocjacji pracowniczych</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Prowadzenie negocjacji biznesowych</p> <p>Celem przedmiotu jest prezentacja wiedzy z zakresu prowadzenia negocjacji biznesowych, kształcenie umiejętności opracowywania i prowadzenia negocjacji biznesowych, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na właściwą interpretację komunikacji ofert oraz kształtowania</p>
-------------	---

	<p>zachowań i oczekiwań stron. Celem jest również nabycie przez studentów umiejętności i kompetencji negocjatora na styku artysty z rynkiem mediów, odbiorców komercyjnych, non-profit czy instytucji publicznych. W ramach zajęć opracowywane będą teksty w celach pozyskiwania ofert i partnerów (podwykonawców) do projektów artystycznych a także odgrywane będą role w ramach symulacji sytuacji problemowych. Studenci uczestniczą w całym procesie negocjacyjnym dążąc do osiągnięcia najkorzystniejszej opcji i rozwiązań.</p> <p>W ramach zajęć studenci uczestniczą w procesie kreacji strategii i wykorzystania całego szeregu technik negocjacyjnych celem najlepszego zaprezentowania swojej oferty oraz silnych stron potencjalnemu kontrahentowi.</p> <p>Opis przedmiotu: Prowadzenie negocjacji pracowniczych</p> <p>Część teoretyczna przedmiotu służy poznaniu zasad komunikacji werbalnej i niewerbalnej jako podstaw negocjacji, zdobycia wiedzy o różnorodnych zachowaniach w procesie negocjacyjnym, manipulacjach i technikach wywierania wpływu, również wobec kontrahentów z innych kultur. Charakter zajęć to połączenie wiedzy teoretycznej z praktyczną i zweryfikowanie jej poprzez realizację realnych projektów i sytuacji wymagających użycia pozyskanych umiejętności.</p> <p>W ramach przedmiotu zostaną poruszone następujące zagadnienia: identyfikowanie potrzeb pracowników zatrudnionych w danej firmie, identyfikowanie potrzeb potencjalnych pracowników, identyfikowanie zmian, ich tempa, kierunków oraz przyczyn w rozpoznanych potrzebach, segmentację pracowników aktualnych oraz potencjalnych, stworzenie produktów mających na celu zaspokojenie określonych potrzeb, pozycjonowanie oferowanych produktów personalnych, zaspokajanie potrzeb w najlepszy z dostępnych sposobów, dalsze badania dotyczące stopnia zaspokojenia potrzeb.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	<p>Pożądana jest znajomość zasad komunikacji i wywierania wpływu na ludzi. Niezbędne są też podstawy prawa i psychologii. Znajomość angielskiego. Dodatkowym atutem będzie umiejętność pracy w zespole i otwarta postawa do uczestnictwa w grach i symulacjach negocjacyjnych. Przydatna będzie znajomość tworzenia prezentacji multimedialnych.</p>

#### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PN_w_1	Sprawdzian	Zaliczanie poprzez zaliczenie testu z sytuacjami problemowymi oraz przygotowanie udział w pracach i prezentacjach rozwiązujących konkretne problemy negocjacyjne.	PN_1, PN_2
PN_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa stanowi średnią ważoną z poszczególnych prac cząstkowych studentów.	PN_3, PN_4, PN_5, PN_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	
PN_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną i symulacją.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PN_w_1
PN_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach, odgrywanie ról, rozwiązywanie studiów przypadku. Zajęcia odbywają się w grupach projektowych, gdzie osoby wspólnie będą rozwiązywać postawione problemy.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	PN_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Realizacja dźwięku

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-RD

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
RD_1	Student posiada wiedzę z podstawowych zagadnień związanych z akustyką i elektroakustyką.	K_W12	5
RD_2	Student posiada wiedzę o realizacji dźwięku w programach typu DAW, wiedzę o miksowaniu ścieżek dźwiękowych, wiedzę o strukturze dźwięku w filmie i grach video.	K_W10	4
RD_3	Student posiada umiejętności posługiwania się elementarnymi funkcjami programu do edycji dźwięku.	K_U12	4
RD_4	Student posiada podstawowe umiejętności z zakresu miksowania i zgrywania materiału dźwiękowego.	K_U10	5
RD_5	Student jest świadomy zaawansowanych technik edycji oraz nagrania materiału audio i docenia wartość dobrze zgranego dźwięku w ścieżce filmowej.	K_K11	4
RD_6	Student rozpoznaje sprzęt rejestrujący zjawiska dźwiękowe i rozróżnia poszczególne elementy ścieżki dźwiękowej.	K_K12	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Cele przedmiotu to poznanie wybranych elementów z Akustyki i Elektroakustyki, poznanie terminologii związanej z techniką audio, wprowadzenie do systemów DAW na przykładzie Pro Tools, zapoznanie z elementarnymi funkcjami programu do edycji dźwięku, nabycie wiedzy niezbędnej do tworzenia sesji oraz rejestracji dźwięku, poznanie sprzętu rejestrującego zjawiska dźwiękowe, poznanie struktury dźwięku w filmach i grach video, poznanie narzędzi niezbędnych do importowania oraz zarządzania plikami, zapoznanie z funkcjami związanymi z nagrywaniem oraz edycją MIDI, opanowanie technik umożliwiających dokonywanie montażu dźwięku, nabycie wiedzy z zakresu miksowania oraz zgrywania materiału dźwiękowego, zapoznanie z zaawansowanymi technikami edycji oraz nagrania materiału audio, zapoznanie się z elementami synchronizacji obrazu i dźwięku w filmie zapoznanie się z elementami post-produkcji dźwięku.
<b>Wymagania wstępne</b>	Znajomość obsługi komputera systemów Windows i OS X, ogólna wiedza z fizyki na poziomie licealnym, ogólna wiedza z zagadnień dźwięku w obrazie filmowym.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
RD_w_1	Sprawdzian	Test kontrolny obejmujący zagadnienia omawiane na zajęciach oraz wskazane studentom do opracowania w ramach pracy własnej.	RD_1, RD_2
RD_w_2	Ocena ciągła	Praca semestralna oceniania jest pod kątem technicznym i merytorycznym. Kryteria oceniania praktycznej pracy semestralnej: wprowadzanie do realizacji kreatywnych metod pracy, większa pomysłowość i wynalazczość przy realizacji zadań, duża samodzielność przy wykonywaniu zadań, realizowanie kilku wariantów danego zagadnienia, własne poszukiwania i inwencja twórcza. Ze względu na szczególną niewymierność oceniania w dziedzinie sztuk pięknych, kryteria te w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianom. Ocena końcowa jest średnią ważoną z pisemnego testu kontrolnego (waga 3) oraz z praktycznej pracy semestralnej (waga 2).	RD_3, RD_4, RD_5, RD_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	
RD_fs_1	wykład	Wykład prezentujący teoretyczne i praktyczne zagadnienia z przedmiotu przy pomocy prezentacji multimedialnych. Prezentowane są także fragmenty audio ścieżek dźwiękowych oraz audio-video dzieł filmowych wraz z wglądem w partytury muzyczne i inne przykłady muzyczne.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	RD_w_1
RD_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia prowadzone są w pracowni komputerowej z zastosowaniem programu typu DAW (Pro Tools), mikrofonów.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	RD_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**            Seminarium magisterskie 1

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-SM1

**1. Liczba punktów ECTS:** 7

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
SM1_1	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej. Ma pogłębioną wiedzę na temat specyfiki terminologii związanej z zagadnieniem współczesnego społeczeństwa cyfrowego oraz potrafi samodzielnie zdefiniować terminy związane z tematyką omawianą na seminarium.	K_W01	5
SM1_2	Student ma wiedzę na temat metodyki pisania pracy dyplomowej, zna metody i techniki niezbędne w realizacji zadania wyznaczonego tematem pracy.	K_W04	4
SM1_3	Potrafi dokonać krytycznej oceny danych potrzebnych do napisania pracy, umie w oparciu o merytoryczne argumenty dobrać metody badawcze i sposób analizy do konkretnych problemów związanych z pisaną pracą oraz potrafi samodzielnie stawiać hipotezy badawcze podejmuje próby ich falsyfikacji, krytycznie odnosząc się do otrzymanych wniosków.	K_U02	4
SM1_4	Posiada rozszerzone umiejętności merytorycznego argumentowania i formułowania wniosków z wykorzystaniem poglądów różnych autorów podczas referowania swojej pracy oraz jednocześnie potrafi w sposób twórczy i krytyczny odnosić się do metod i technik badawczych, stosując je do uzyskania odpowiedzi na postawiony problem badawczy.	K_U03	5
SM1_5	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z rzetelnym napisaniem pracy dyplomowej.	K_K01	4
SM1_6	Student potrafi krytycznie wykorzystywać źródła wiedzy, jednocześnie potrafiąc zaplanować w czasie czynności badawcze.	K_K03	3

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Celem zajęć jest zaprezentowanie studentom zasad opracowania, budowy i pisania pracy naukowej, mających prowadzić do przygotowania i napisania przez każdego uczestnika seminarium pracy dyplomowej. Seminarium ma na celu w początkowej fazie (1. semestr) zapoznać studenta z podstawami komunikacji w Web 2.0, przygotować do pisania prac naukowych oraz realizacji projektów zaliczeniowych. Pomóc w sformułowaniu tematu pracy i w wyborze odpowiedniej dla niego bibliografii. W tym czasie studenci zapoznają się z podstawową literaturą dotyczącą komunikacji w Internecie i funkcjonowaniem mediów społecznościowych. Seminarium dyplomowe ma charakter zajęć konsultacyjnych polegający głównie na doradzeniu oraz



	krytyce sposobu prowadzenia przez studentów prac naukowych. Ponadto celem zajęć seminaryjnych będzie przygotowanie przez studenta raportu z badań oraz projektu, prezentacji zagadnień będących przedmiotem pracy.
<b>Wymagania wstępne</b>	Pozytywny wynik wstępnej rozmowy kwalifikacyjnej na seminarium z potencjalnym promotorem pracy. Przedstawienie wstępnego konspektu i tematu pracy.

<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>
SM1_w_1	Sprawdzian	Przygotowanie oraz wygłaszanie referatów z postępów pisania pracy. Terminowe przedstawianie koncepcji pracy i jej rozdziałów.	SM1_1, SM1_2
SM1_w_2	Ocena ciągła	Zaliczenie przedmiotu na podstawie prezentacji przygotowywanych przez studentów na temat kolejnych części pracy dyplomowej. Dodatkowo już po pierwszym semestrze trwania seminarium student przedstawia prowadzącemu wstępną wersję pracy oraz projekt związany z pracą. Jest to konieczne do zaliczenia pierwszego semestru trwania seminarium.	SM1_3, SM1_4, SM1_5, SM1_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>	
SM1_fs_1	seminarium	Prezentacje prowadzącego, dyskusje prowadzącego ze studentami, prezentacje studentów, konsultacje prac wykonywanych przez studentów.	30	Przygotowanie koncepcji pracy magisterskiej, powiązanej z przygotowywanym projektem multimedialnym, planu pracy, spisu treści, pierwszych rozdziałów teoretycznych pracy.	180	SM1_w_1, SM1_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**                    Seminarium magisterskie 2

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-SM2

**1. Liczba punktów ECTS:** 7

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
SM2_1	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej. Ma pogłębioną wiedzę na temat specyfiki terminologii związanej z zagadnieniem współczesnego społeczeństwa cyfrowego oraz potrafi samodzielnie zdefiniować terminy związane z tematyką omawianą na seminarium.	K_W04	5
SM2_2	Student ma wiedzę na temat metodyki pisania pracy dyplomowej, zna metody i techniki niezbędne w realizacji zadania wyznaczonego tematem pracy.	K_W03	4
SM2_3	Posiada umiejętność pracy na różnych źródłach powstałych w różnych językach	K_U03	5
SM2_4	Posiada umiejętność argumentowania i formułowania własnych wniosków w oparciu o prace innych autorów, potrafi formułować opinie krytyczne, potrafi tworzyć syntetyczne podsumowania. Potrafi formułować opinie krytyczne, tworzyć syntezy.	K_U04	4
SM2_5	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z rzetelnym napisaniem pracy dyplomowej.	K_K03	3
SM2_6	Student potrafi krytycznie wykorzystywać źródła wiedzy, jednocześnie potrafiąc zaplanować w czasie czynności badawcze.	K_K02	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Celem zajęć jest ukończenie pracy dyplomowej seminarium pracy dyplomowej. Studenci zapoznają się z podstawową literaturą dotyczącą komunikacji w Internecie i funkcjonowaniem mediów społecznościowych. Seminarium dyplomowe ma charakter zajęć konsultacyjnych polegający głównie na doradzeniu oraz krytyce sposobu prowadzenia przez studentów prac naukowych. Ponadto celem zajęć seminaryjnych będzie przygotowanie przez studenta raportu z badań oraz projektu, prezentacji zagadnień będących przedmiotem pracy.
<b>Wymagania wstępne</b>	Pozytywna ocena z Seminarium magisterskiego 1.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
SM2_w_1	Sprawdzian	Terminowe przedstawienie gotowej pracy dyplomowej. Warunkiem koniecznym zaliczenia końcowego jest przyjęcie pracy przez promotora (do recenzji). Promotor przyjmuje pracę, gdy uzna, że w wyniku napisania pracy i wykonania projektu związanego z pracą, student w wystarczającym stopniu osiągnął zamierzone efekty (ocena binarna na podstawie obserwacji aktywności studenta i efektywności jego pracy).	SM2_1, SM2_2
SM2_w_2	Ocena ciągła	Zaliczenie przedmiotu po przedłożeniu przez studenta i zaakceptowanej przez prowadzącego seminarium pracy dyplomowej.	SM2_3, SM2_4, SM2_5, SM2_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	
SM2_fs_1	seminarium	Zajęcia przygotowują do techniki i redakcji pisania pracy magisterskiej, jej ustrukturyzowania, poprawności językowej, wykładu własnej koncepcji itp. W trakcie seminarium prowadzone są dyskusje studentów i prowadzącego na tematy dotyczące tematyki seminaryjnej, omówienia niektórych prac z tego zakresu, polemik. Na seminarium każdy student zobowiązany jest do zreferowania jednego tematu niezbędnego, do poprawnej realizacji celu seminarium magisterskiego, w nawiązaniu do swojej pracy magisterskiej. Studenci referują kolejne etapy przygotowywania pracy magisterskiej. Jeśli student wywiąże się z wyżej wymienionych zadań, ukończy on seminarium z zaliczeniem.	30	Przygotowanie końcowych rozdziałów pracy magisterskiej, redakcja tekstu, sporządzenie spisu bibliografii, spisu tabel i rysunków.	180	SM2_w_1, SM2_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Techniki autopromocji w mediach społecznościowych

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-TAWMS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
TAWMS_1	Student zna podstawową terminologię z zakresu promocji, ma wiedzę o realizacji różnych technik w realizacji kampanii reklamowych i PR on-line.	K_W03	4
TAWMS_2	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej (utworami literackimi i artystycznymi, symbolami, nazwami, grafiką i wzorami).	K_W04	5
TAWMS_3	Student potrafi określić potrzeby kariery zawodowej wraz z ewentualnym wyborem kierunków dalszego kształcenia i doskonalenia zawodowego, potrafi kierować zespołami ludzkim stawiając cele, wybierając metody i narzędzia ich realizacji.	K_U04	5
TAWMS_4	Student znacząco podwyższa swoje umiejętności miękkie. Potrafi zadać konstruktywne pytania, dyskutować, wyciągać wnioski, posiada umiejętność planowania użytecznego i wyróżniającego się serwisu internetowego z aktualną i łatwo dostępną treścią oraz wykorzystania w praktyce różnych form publikacji treści w Internecie.	K_U03	4
TAWMS_5	Student posiada umiejętność wykorzystania wiedzy o charakterze naukowym do identyfikowania i rozwiązywania problemów, a także formułowania wniosków opartych na obserwacjach empirycznych dotyczących komunikacji on-line.	K_K04	3
TAWMS_6	Student posiada umiejętność rozpoznawania własnych potrzeb oraz uczenia się; umiejętność pracy zespołowej, ma zdolność komunikowania się z otoczeniem gospodarczym.	K_K02	4

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest prezentacja możliwości kreowania własnego wizerunku w mediach społecznościowych i wskazanie różnych aspektów funkcjonowania w Internecie. W trakcie zajęć student przechodzi przez kolejne etapy stawiania fundamentów tożsamości, gromadzenia materiałów cyfrowych, promocji, optymalizacji profilu, przyciągania odbiorców oraz efektywnej integracji mediów społecznościowych. Zdobywa wiedzę, jak kształtować te umiejętności. Celem przedmiotu jest nauczenie studentów tworzenia profesjonalnych tekstów oraz opracowanie własnej strategii przekazywania treści w Internecie. Przy określaniu potrzeb informacyjnych i tworzeniu prototypów swoich profili. Studenci korzystać będą z metody Design Thinking.
-------------	---

<b>Wymagania wstępne</b>	Umiejętności komunikacyjne, budowanie relacji z dziennikarzami oraz obsługa kont w mediach społecznościowych.
--------------------------	---

<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>
TAWMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin końcowy, dodatkowo aktywność na zajęciach, udział w dodatkowych zadaniach aktywizujących wyznaczonych przez prowadzącego.	TAWMS_1, TAWMS_2
TAWMS_w_2	Ocena ciągła	Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach, prace kontrolne (np. przygotowanie strategii autopromocji).	TAWMS_3, TAWMS_4, TAWMS_5, TAWMS_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>	
TAWMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Metody podające: prezentacja multimedialna, objaśnianie, metody problemowe, wykład konwersatoryjny, metody aktywizujące, metoda przypadków, dyskusja dydaktyczna, metody praktyczne, metoda projektów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	TAWMS_w_1
TAWMS_fs_2	ćwiczenia	Aktywność w grupach, współpraca, Design Thinking, projekty grupowe, gry dydaktyczne.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	TAWMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Techniki pisania scenariusza

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-TPS

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
TPS_1	Student zdobywa wiedzę techniczną, jak i merytoryczną z zakresu przygotowania scenariusza.	K_W05	4
TPS_2	Student posiada wiedzę z zakresu oceny atrakcyjności pomysłu i umiejętności zdobywania ciekawych tematów lub ich wymyślenia w celu wykorzystania w projektach w nowych mediach.	K_W06	5
TPS_3	Student uczy się mieć otwarty umysł i być nastawionym na otaczający świat, a także umiejętność słuchania innych i bycie otwartym na krytykę.	K_U05	4
TPS_4	Student ma umiejętność znalezienia niszy, aby wykorzystać nowe media w zakresie realizacji swoich pomysłów.	K_U07	5
TPS_5	Student uczy się bycia ocenianym przez pryzmat swojego pomysłu, a także poznawania świata przez pryzmat swojego otoczenia i umiejętności przekazania tego w swoim scenariuszu.	K_K05	4
TPS_6	Student uczy się też pewnej wrażliwości na tematy bliskie jemu i jego otoczeniu, uczy się podziału społecznego, co do odczytywania tych samych tematów w różny sposób przez różne osoby.	K_K06	3

3. Opis modułu	
Opis	<p>Celem zajęć jest poznanie zasad i przyjętych norm pisania scenariusza, wykorzystanie języka, formatowanie, budowanie scen, sekwencji itp. Duże znaczenie ma tutaj umiejętność doboru pomysłu oraz sposobu jego opowiedzenia w sposób poprawnie formalnie, ale i merytorycznie. Każda forma audiowizualna, krótka czy długa, fabularna, dokumentalna czy animacyjna lub pod względem rodzaju; serialowa, reportażowa czy też reklamowa i społeczna wymaga zawsze podstawy scenariuszowej. I tak jak w każdej wymienionej wyżej formie, ten scenariusz może się różnić i zawierać w sobie detale lub tylko ogólne stwierdzenia. Każda realizacja audiowizualna wymaga przygotowania scenariuszowego. Zajęcia są połączeniem wiedzy teoretycznej i praktycznej na temat scenariusza, na podstawie różnych form będzie pokazywany i omawiany przykład takiego scenariusza. Student będzie musiał odpowiedzieć sobie na pytanie, jaki temat chce poruszyć, kto jest lub będzie odbiorcą jego realizacji, w jaki sposób dotrzeć do swoich odbiorców, czy wybrany temat jest wart tej realizacji i w końcu czy ten materiał przyniesie oczekiwane rezultaty finansowe. Student zapozna się z</p>

	nomenklaturą scenariopisarstwa oraz podlegać będzie analizie filmów w kwestii czy dany scenariusz został dobrze napisany wg ogólnych zasad.
<b>Wymagania wstępne</b>	Umiejętność łatwego opowiedzenia danej historii, umiejętność przełożenia na papier swojego pomysłu, swojej idei. Student powinien potrafić potencjalnie modyfikować te pomysły pod kątem atrakcyjności materiału, jak i techniki opisanie danej historii. Powinien w łatwy i dostępny sposób dotrzeć swoją opowieścią do drugiego człowieka, powinien zainteresować swoich potencjalnych odbiorców.

<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>
TPS_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej lub ustnej, polegający na weryfikacji następujących kompetencji: zasady pisania scenariusza, w tym formatowanie oraz zasady kompozycji historii, z zastosowaniem wiedzy na ten temat. Znajomość przekazu informacji za pomocą obrazów i przy użyciu jak najmniejszej liczby słów.	TPS_1, TPS_2
TPS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa stanowi średnią z poszczególnych prac, w tym krótki opis swojego pomysłu, recenzja oraz sam scenariusz.	TPS_3, TPS_4, TPS_5, TPS_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>	
TPS_fs_1	wykład	Wykład tematyczny, z elementami porównawczymi, wspólna dyskusja i praca wszystkich uczestników nad danym jednym scenariuszem.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	TPS_w_1
TPS_fs_2	ćwiczenia	Pitching/prezentacja swojego pomysłu przed grupą uczestników.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	TPS_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Techniki sprzedaży dzieła multimedialnego

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-TSDM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
TSDM_1	Student posiada wiedzę na temat technik sprzedaży, analizy wyników sprzedażowych, kanałów sprzedaży i dystrybucji.	K_W08	4
TSDM_2	Student ma wiedzę o sposobach dotarcia do potencjalnych odbiorców swoich dzieł audiowizualnych.	K_W05	5
TSDM_3	Student posiada umiejętności dobrej prezentacji projektu, skupiania na sobie uwagi oraz przekonywania innych.	K_U07	5
TSDM_4	Student ma umiejętność odpowiedniego przedstawienia własnego projektu multimedialnego, uwzględniając to, co w nim najważniejsze.	K_U08	4
TSDM_5	Student posiada świadomość samoprezentacji oraz istoty dialogu z klientem.	K_K05	4
TSDM_6	Student rozumie znaczenie wzajemnego szacunku i zaufania w biznesie, a także znaczenie szczerze i profesjonalnej współpracy z klientem.	K_K07	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem przedmiotu jest przygotowanie studenta do sprzedaży swoich dzieł multimedialnych. Zagadnienia, które będą omawiane, to: przygotowanie się do rozmowy z klientem, ustalenie celu rozmowy, budowanie dobrego, niebanalnego kontaktu z klientem, budowanie długofalowej, obustronnie korzystnej relacji handlowej, rozpoznawanie i uwzględnianie w negocjacjach typu osobowości klienta. Dalszej części zajęć student nauczy się rozpoznawać potrzeby klienta, uzyskiwać informacje niezbędnych do przygotowania argumentacji, radzić sobie z niechęcią do współpracy, zastrzeżeniami, radzić sobie z krytyką, presją i manipulacją, zamykać sprzedaż, negocjować warunków transakcji w sposób dający jak największą satysfakcję obydwu stronom.
<b>Wymagania wstępne</b>	Umiejętność podejmowania ryzyka.



4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TSDM_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej lub ustnej, weryfikujący kompetencje studenta w następującym zakresie: wiedza ogólna dotycząca sprzedaży dzieła w sieci, umiejętności prowadzenia biznesu, znajomość podstaw sprzedaży dzieła na przykładzie własnego biznesu. Student powinien być po analizie sprzedażowej swojego dzieła.	TSDM_1, TSDM_2
TSDM_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta z zakresu jego własnych działań dążących do sprzedaży dzieła w sieci. Obserwacja studenta pod względem znajomości wartości swojego dzieła. Student przygotowuje się na egzamin z wiedzy teoretycznej oraz przygotowuje w sposób graficzny plan sprzedaży swojego dzieła.	TSDM_3, TSDM_4, TSDM_5, TSDM_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	
TSDM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, dyskusja na temat odpowiednich form sprzedaży dzieła. Student pozna etapy sprzedaży dzieła, jego korzyści i niebezpieczeństwa jak i konsekwencje złej sprzedaży dzieła.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	TSDM_w_1
TSDM_fs_2	ćwiczenia	Metoda aktywizująca, praca w grupach i analiza z zakresu sprzedaży między swoich dzieł pomiędzy sobą, każdy będzie mógł zadawać pytania innym, jak i będzie podlegał ich ocenie.	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	TSDM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Techniki twórczego myślenia (do wyboru jeden przedmiot: Techniki twórczego myślenia – indywidualne lub Techniki twórczego myślenia – grupowe)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-TTM

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
TTM_1	Student zna zasady stosowania technik twórczego myślenia, ich klasyfikację, przebieg i uwarunkowania wykorzystania w czasie produkcji multimedialnej.	K_W11	5
TTM_2	Student posiada zakres wiedzy na temat funkcjonowania ludzkiego umysłu, rozróżnia myślenie lateralne od myślenia linearnego.	K_W10	4
TTM_3	Student potrafi stosować techniki twórczego myślenia w celu rozwiązywania problemów w trakcie tworzenia scenariusza, na planie filmowym, przy montażu materiału multimedialnego.	K_U09	5
TTM_4	Student potrafi wykorzystać swój potencjał do rozwiązywania problemów organizatorskich i artystycznych, a także sięga po potencjał swojego zespołu producenckiego.	K_U12	4
TTM_5	Student ma kompetencje do pełnienia roli lidera w procesie twórczym i podczas rozwiązywania problemów organizatorskich.	K_K09	4
TTM_6	Student posiada zdolność twórczego kreowania rzeczywistości z poszanowaniem praw i godności swoich współpracowników.	K_K12	3

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Techniki twórczego myślenia – indywidualne</li> <li>•Techniki twórczego myślenia – grupowe</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Techniki twórczego myślenia – indywidualne</p> <p>Celem przedmiotu jest rozwój indywidualnej kreatywności i myślenia lateralnego studenta. Zagadnienia przedstawione w ramach zajęć to: różnice pomiędzy myśleniem lateralnym a linearnym, analiza własnego potencjału twórczego, intuicja jako źródło rozwiązań problemów i pomysłów</p>

	<p>artystycznych, praca mózgu i dostosowanie faz pracy twórczej do faz rytmu dnia. Student w czasie zajęć rozwinie umiejętność myślenia dywergencyjnego, abstrahowania, posługiwania się twórczą metaforą i analogiami, będzie ćwiczył stosowanie map myśli i metody odległych skojarzeń.</p> <p>Opis przedmiotu: Techniki twórczego myślenia – grupowe</p> <p>Celem przedmiotu jest rozwój kompetencji korzystania z twórczego potencjału zespołu produkcyjnego, w tym grupowego rozwiązywania problemów w pracy nad dziełem multimedialnym. Zagadnienia: klasyfikacja grupowych technik twórczego myślenia, techniki oparte na skojarzeniach swobodnych, takie jak burza mózgów, technika 635, Philips 66, technika delficka, synektyka, algorytm poszukiwania wynalazków. Student poznaje zasady stosowania technik twórczego myślenia w zespole produkcyjnym, uwarunkowania grupowych technik rozwiązywania problemów, a także techniki diagnozowania kreatywności członków zespołu produkcyjnego.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien mieć podstawową wiedzę z zakresy zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TTM_w_1	Sprawdzian	Egzamin w formie pisemnej – test wiedzy na temat technik twórczego myślenia i funkcjonowania umysłu.	TTM_1, TTM_2
TTM_w_2	Ocena ciągła	Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena prac cząstkowych wymagających wykorzystania technik twórczego myślenia, aktywność na zajęciach.	TTM_3, TTM_4, TTM_5, TTM_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	
TTM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	TTM_w_1
TTM_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego rozwiązywania postawionych problemów. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja biznesowa. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	TTM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**            Technologia mediów społecznościowych

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-TMS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
TMS_1	Student ma podstawową wiedzę z zakresu technologii informatycznych w mediach społecznościowych.	K_W10	5
TMS_2	Student zdobywa wiedzę na temat technicznych aspektów publikowania i przeglądania treści.	K_W12	4
TMS_3	Student ma umiejętność swobodnego użycia technologii informatycznych w zakresie mediów społecznościowych.	K_U12	4
TMS_4	Student potrafi stworzyć pliki i formaty niezbędne do umieszczenia w Internecie.	K_U10	5
TMS_5	Student posiada umiejętności komunikacyjne.	K_K09	3
TMS_6	Student posiada kompetencje do świadomego wykorzystania kontaktów i relacji w celu publikowania treści w Internecie.	K_K12	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	<p>Celem zajęć jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu technologii sieciowych, z uwzględnieniem charakterystyki Internetu jako globalnej sieci komputerowej, adresów IP i dns. Zostaną omówione porty, usługi takie jak tcp/ip, ssl, budowa sieci lokalnych, przewodowych i bezprzewodowych. Studenci poznają również rodzaje i role serwerów www, ftp, mail, protokoły wykorzystywane do przesyłania treści (http, https, mail), a także zagadnienia z zakresu bezpieczeństwa sieci komputerowych.</p> <p>W dalszej części zajęć przedstawione zostaną uwarunkowania publikowania treści multimedialne – obrazu, muzyki, video, a także formaty plików multimedialnych audio/video, narzędzia do konwersji, zmian formatów, rodzajów multimediiów.</p> <p>Student pozna urządzenia do tworzenia treści i przeglądania treści, z podziałem na dostęp przez przeglądarkę lub dedykowane aplikacje. Pozna również podstawowych technologii, takich jak HTML, CSS, JS / jquery / JSON / AJAX, Php, SQL / mysql/ postgresSQL.</p> <p>W ramach zajęć zostaną przedstawione najpopularniejsze media społecznościowe (przykłady dobrych/złych praktyk, użyteczność, skuteczność, bezpieczeństwo): Facebook, Whatsapp, tumblr, Instagram, Twitter, snapchat, Youtube / vimeo, LinkedIn, Flickr.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Umiejętność obsługi podstawowych programów do tworzenia treści i mediów społecznościowych.

<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>
TMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny w formie testu z pytaniami zamkniętymi.	TMS_1, TMS_2
TMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	TMS_3, TMS_4, TMS_5, TMS_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>	
TMS_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	TMS_w_1
TMS_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	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	TMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Teledysk

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-T

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
T_1	Student zna podstawową terminologię z zakresu projektowania graficznego. Jest świadomy funkcji, jaką spełnia grafika użytkowa w realizacji teledysku.	K_W01	5
T_2	Student, który zaliczył moduł, zna zasady kompozycji.	K_W02	4
T_3	Student posługuje się sprzętem analogowym i cyfrowym w celu kreacji, rejestracji i przetwarzania obrazów i realizowania dzieł projektowych.	K_U01	5
T_4	Student ma zdolność realizowania projektów poprawnych pod względem kompozycyjnym, z uwzględnieniem reguł kreacji graficznej, w zakresie typografii, plakatu, grafiki wydawniczej i ekranowej, łączy funkcje estetyczną i informacyjną w przekazie wizualnym.	K_U02	4
T_5	Student jest świadomy ograniczeń wynikających z zasad współżycia społecznego i zasad społecznych.	K_K03	4
T_6	Student rozumie potrzebę stałego poszerzania umiejętności.	K_K02	3

3. Opis modułu	
Opis	Teledysk (wideoklip) to forma sztuki filmowej w połączeniu z utworem muzycznym. Celem zajęć jest poznanie historii teledysków, która wcale nie zaczęła się w 1981 roku wraz z inauguracją pierwszej muzycznej telewizji MTV, tylko dużo wcześniej, a także nabycie kompetencji realizacyjnych dotyczących tej formy sztuki filmowej. Celem jest również poznanie technik realizacyjnych i wskazanie tendencji, zdobycie umiejętności posługiwania się technikami ułatwiającymi proces kreacji poprzez idee grafiki projektowej tj: szablon, wycinanka, palimpset, kaligram, kolaż, fotomontaż, deformacja, typografia. Cyfrowe przekształcanie obrazu na poziomie podstawowym. Dlatego celem jest zaznajomienie studentów z metodami pracy nad projektem przy wykorzystaniu myślenia analitycznego i lateralnego. Istotne jest budowanie komunikatu wizualnego w migawkowych ujęciach mających przypominać formę teledysku. Zajęcia realizowane będą w grupach projektowych. W ramach modułu prowadzone będą ćwiczenia przygotowujące do projektowania ilustracji książkowej, plakatu, logotypu, identyfikacji wizualnej.

<b>Wymagania wstępne</b>	Umiejętności manualne w zakresie rysunku, malarstwa i technik graficznych. Wrażliwość plastyczna, kreatywność, wyobraźnia. Znajomość historii sztuki na poziomie podstawowym.
--------------------------	---

<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>
T_w_1	Sprawdzian	Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: zaliczenie/egzamin końcowy (test prawda-falsz, pytania otwarte).	T_1, T_2
T_w_2	Ocena ciągła	Ocena ciągła będzie polegać na dokumentacji realizacji projektu, obecności na zajęciach, przeglądu prac, realizacji projektu. Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów).	T_3, T_4, T_5, T_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>	
T_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją, prezentacją multimedialną i przykładów videoklipów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	T_w_1
T_fs_2	ćwiczenia	Zaznajomienie studentów z metodami pracy nad projektem przy wykorzystaniu myślenia analitycznego i lateralnego.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	T_w_2

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Warsztat 1 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat filmowo-telewizyjny 1 lub Warsztat producencki 1)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-W1

**1. Liczba punktów ECTS:** 4

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
W1_1	Student posiada wiedzę na temat technik opisanego swojego pomysłu na dzieło multimedialne w formie scenariusza i planu działań, posiada wiedzę z zakresu oceny atrakcyjności pomysłu i umiejętności konfrontowania go z innymi projektami.	K_W07	4
W1_2	Student ma wiedzę na temat możliwości wykorzystania swojego dzieła w przestrzeni nowych mediów pod względem merytorycznym i prawnym.	K_W08	5
W1_3	Student ma umiejętność słuchania i wyciągania wniosków z krytycznych uwag innych osób, potrafi przenieść na papier poszczególne elementy swojego pomysłu.	K_U07	4
W1_4	Student posiada umiejętności rozpoznania rodzajów realizacji dzieła, w tym animacji i teledysku, a także ma podstawowe umiejętności umożliwiające rozpoczęcie realizacji własnego projektu.	K_U05	5
W1_5	Student ma kompetencje w zakresie rozumienia specyfiki prowadzenia biznesu oraz specyfiki procesu produkcji utworu audiowizualnego.	K_K05	4
W1_6	Student ma kompetencje w zakresie swobodnego poruszania się w procesie twórczym oraz pracy w zespole, wykazuje inicjatywę i przedsiębiorczość w zakresie działań artystycznych, podejmowanych w ramach wspólnych z innymi studentami.	K_K06	3

### **3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Warsztat filmowo-telewizyjny 1</li> <li>•Warsztat producencki 1</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Warsztat filmowo-telewizyjny 1</p> <p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej i połączenie ją ze zdobytą wiedzą praktyczną z zakresu produkcji multimedialnej.</p>
-------------	---



	<p>Podsumowanie zajęć semestralnych będzie dotyczyć jakości scenariusza, napisanego na podstawie przeanalizowanego i skonsultowanego z wykładowcami pomysłu własnego studenta. Warsztat ten nauczy studenta swobodnego poruszania się w świecie medialnym, wskaże nowe możliwości kreatywne. W ramach zajęć analizie podlegać będzie głównie pomysł studenta na projekt w zakresie social media, jak i napisanie krótkiego scenariusza. Te zajęcia pozwolą dokonać ostatecznego wyboru studentowi, jakiemu gatunkowi i rodzajowi dzieła chce on się poświęcić, tak aby w kolejnym semestrze mógł kontynuować swoje prace w tym zakresie.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 1</p> <p>Celem zajęć jest połączenie wiedzy teoretycznej i praktycznej w zakresie produkcji dzieła multimedialnego. Zajęcia będą odbywały się w grupach, gdzie każdemu studentowi przypadnie inny zakres pracy w projekcie multimedialnym, tak aby ostatecznie student mógł skonfrontować swoją wiedzę i umiejętności.</p> <p>Student doświadczy różnych sytuacji związanych z produkcją filmowo-telewizyjną i będzie mógł ocenić swoje predyspozycje do pełnienia poszczególnych ról w zespole produkcyjnym. Zajęcia pozwolą studentowi rozwój swoich kompetencji i zaplanować pracę nad projektem multimedialnym kontynuowanym w następnym semestrze.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Wymagana jest ogólna wiedza o funkcjonowaniu nowych mediów, umiejętność wyboru pomysłu na biznes i jego analiza, z także wysokie zdolności komunikacyjne.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W1_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie ustnej w zakresie umiejętności doboru tematu do pracy i planu na jego rozwój. Student sam proponuje i poddaje ocenie swój wypracowany plan firmy.	W1_1, W1_2
W1_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta w oparciu o wszystkie zajęcia z danego semestru. Student przygotowuje pierwsze wersje profilu swojego biznesu i poddaje go analizie i ocenie wykładowcy.	W1_3, W1_4, W1_5, W1_6

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
W1_fs_1	wykład	Wykład tematyczny z elementami porównawczymi, wspólna dyskusja i praca wszystkich uczestników nad swoim scenariuszem. Utrwalenie wiadomości z zakresu pisania scenariusza.	15	Opracowanie treści wykładu, analiza literatury i przykładów dzieł multimedialnych, filmów i innych materiałów audio-wizualnych.	45	W1_w_1
W1_fs_2	warsztat	Pitching/prezentacja swojego pomysłu przed grupą uczestników.	15	Przygotowanie opisu swojego pomysłu na projekt multimedialnych w social media w obszarach wskazanych przez wykładowcę.	45	W1_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Warsztat 2 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat filmowo-telewizyjny 2 lub Warsztat producencki 2)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-W2

1. Liczba punktów ECTS: 5

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
W2_1	Student ma wiedzę na temat historii sztuki, teatru i dramatu; zna i rozumie problematykę współczesnego dzieła multimedialnego, ma wiedzę na temat umiejętnego i świadomego doboru narzędzi i materiałów niezbędnych do montażu.	K_W05	5
W2_2	Student zna kategorie oraz zasady funkcjonowania gospodarki rynkowej, w tym zna podstawy ekonomiki kultury i funkcjonowania sektora audiowizualnego.	K_W08	4
W2_3	Umiejętność analizy i oceny dzieła filmowego i pozostałych form audiowizualnych, ocena możliwości i skutków zastosowania nowych mediów w produkcji audiowizualnej.	K_U05	5
W2_4	Potrafi zrozumieć i odróżnić wzajemne relacje zachodzące pomiędzy formą obrazu multimedialnego a niesionym przez nie przesłaniem, posiada umiejętności językowe, w szczególności w zakresie sztuki filmowej i telewizji oraz dyscyplin artystycznych.	K_U07	4
W2_5	Student wykazuje kompetencje społeczne związane z występami publicznymi i prezentacją własnych dokonań twórczych, współpracuje i jest odpowiedzialny za swoją pracę.	K_K05	4
W2_6	Student jest nastawiony na ciągły rozwój i samodoskonalenie oraz inspiruje i organizuje proces uczenia innych, a także ma poczucie odpowiedzialności, wykazuje odporność na stresy wynikające ze specyfiki produkcji telewizyjno-filmowej.	K_K06	3

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	Przedmiot do wyboru: •Warsztat filmowo-telewizyjny 2 •Warsztat producencki 2  Opis przedmiotu: Warsztat filmowo-telewizyjny 2  Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej praktycznej w ramach dotychczasowego przebiegu studiów. W trakcie warsztatów student nauczy
-------------	--

	<p>się sposobów konstruowania przekazu audiowizualnego, rozpoznawania głównych technik narracji filmowej, co pozwala na bardziej świadomy kontakt z publicznością. Umiejętność wskazania podstawowych środków stylistyki filmowej pozwala na dostrzeganie swoistej manipulacji obrazem rzeczywistości, która stała się ważnym elementem współczesnej kultury. Przedmiotem zajęć są podstawowe zagadnienia związane z realizacją obrazu filmowego, reżyserii, montażu i scenopisarstwa.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 2</p> <p>Celem zajęć jest praktyczne wdrożenie w praktykę tworzenia dzieł multimedialnych wiedzy i umiejętności z pozostałych przedmiotów semestru 2. Student zapozna się z uwarunkowaniami dotyczącymi kształtowania relacji z innymi osobami z zespołu produkcyjnego, prowadzenia negocjacji biznesowych ze sponsorami, sporządzania planu działania w zakresie produkcji i promocji dzieła multimedialnego w nowych mediach.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Wymagana jest ogólna wiedza o kinematografii, umiejętność połączenia wiedzy z zakresu reżyserii, obrazu filmowego i budżetowania projektu.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W2_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie ustnej. Student sam proponuje i poddaje ocenie swój wypracowany proces produkcji.	W2_1, W2_2
W2_w_2	Ocena ciąguła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, w oparciu o dotychczasowe zajęcia z danego semestru. Student przygotowuje pierwsze wersje profilu swojego biznesu, poddaje go analizie i ocenie wykładowcy.	W2_3, W2_4, W2_5, W2_6

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
W2_fs_1	wykład	Wykład tematyczny z elementami projekcji filmowej. Student zapoznaje się z podstawowymi pojęciami z zakresu konstrukcji dzieła filmowego.	15	Opracowanie treści wykładu, analiza literatury i przykładów dzieł multimedialnych, filmów i innych materiałów audio-wizualnych.	45	W2_w_1
W2_fs_2	warsztat	Kompleksowa analiza warsztatowa sekwencji filmów fabularnych, etud studenckich, polskich i zagranicznych szkół filmowych oraz filmów dokumentalnych. W trakcie zajęć student realizuje fakultatywne proste ćwiczenia narracyjne (praca z kamerą, inscenizacja).	15	Przygotowanie wybranych części projektu multimedialnego w social media w obszarach wskazanych przez wykładowcę.	75	W2_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Warsztat 3 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat filmowo-telewizyjny 3 lub Warsztat producencki 3)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-W3

1. Liczba punktów ECTS: 5

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
W3_1	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia dotyczące ochrony własności intelektualnej, charakteryzuje prawa osobiste i majątkowe. Identyfikuje zasady prawa autorskiego w powiązaniu z obowiązującym w tym zakresie prawem Wspólnoty Europejskiej, ma wiedzę dotyczącą podstawowych regulacji prawnych, dotyczących ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	K_W08	5
W3_2	Student zna ogólne zasady tworzenia i wykorzystania grafiki w komunikacji reklamowej, znaczenie, odbiór i dobór kolorów i kształtów przy projektowaniu grafiki.	K_W05	4
W3_3	Student potrafi zaplanować proces powstawania grafiki użytkowej – od określenia celu przez projekt po weryfikację gotowego projektu z oczekiwaniami.	K_U07	5
W3_4	Student wykrywa zależności między procesami społecznymi, cywilizacyjnymi i kulturowymi i wie jak przedstawić je w projekcie mającym na celu pozyskanie funduszy, ma umiejętność ochrony danych, nadąża za szybkim rozwojem technologii związanej z bezpieczeństwem w sieci.	K_U05	4
W3_5	Student zachowuje otwartość na różne koncepcje rozwiązań problemów postawionych do analizy w trakcie ćwiczeń oraz troszczy się o osiągnięcie przyjętych celów.	K_K05	3
W3_6	Student posiada gotowość i otwartość do ustawicznego doksztalcania się w zakresie procedur bezpieczeństwa w sieci, a na podstawie analizy nowych sytuacji i problemów samodzielnie formułuje propozycje ich rozwiązania.	K_K06	4

### 3. Opis modułu

Opis	Przedmiot do wyboru: •Warsztat filmowo-telewizyjny 3 •Warsztat producencki 3
------	--

	<p>Opis przedmiotu: Warsztat filmowo-telewizyjny 3</p> <p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej praktycznej w ramach dotychczasowego przebiegu studiów. Podstawowym celem wykładów jest zapoznanie słuchaczy z najważniejszymi zagadnieniami historii filmu powszechnego, na tle kulturowym, społecznym i politycznym. Refleksja historyczna zostanie powiązana z refleksją nad ewolucją środków filmowego wyrazu, będącą rezultatem współdziałania czynników estetycznych oraz technologicznych. Szczególna uwaga zostanie poświęcona analizie i interpretacji filmów ilustrujących wykłady.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 3</p> <p>Celem zajęć jest praktyczne wdrożenie w praktykę tworzenia dzieł multimedialnych wiedzy i umiejętności z pozostałych przedmiotów semestru 3. Przedmiot ten będzie miał charakter praktyczny, a jego istotą będzie wykorzystanie wiedzy o procesie produkcji filmowej i telewizyjnej w nowych mediach. Student pozna potencjalne źródła finansowania, w tym jak pozyskać środki publiczne, europejskie, prywatne środki, oraz źródła wzajemnej wymiany świadczeń w zakresie projektów social media.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Wymagana jest ogólna wiedza o kinematografii, umiejętność korzystania z narzędzi social media.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W3_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej lub ustnej weryfikujący kompetencje studenta w następującym zakresie: wiedza ogólna dotycząca sprzedaży dzieła w sieci, umiejętności prowadzenia biznesu, znajomość podstaw sprzedaży dzieła na przykładzie własnego biznesu. Student powinien być po analizie sprzedażowej swojego dzieła.	W3_1, W3_2
W3_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualna pracy studenta z zakresu jego własnych działań dążących do sprzedaży dzieła w sieci. Obserwacja studenta pod względem znajomości wartości swojego dzieła. Student przygotowuje się na egzamin z wiedzy teoretycznej oraz przygotowuje w sposób graficzny plan sprzedaży swojego dzieła.	W3_3, W3_4, W3_5, W3_6

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
W3_fs_1	wykład	Wykład interaktywny, w tym dyskusja na temat odpowiednich form tworzenia, produkcji i sprzedaży dzieła.	15	Opracowanie treści wykładu, analiza literatury i przykładów dzieł multimedialnych, filmów i innych materiałów audio-wizualnych.	45	W3_w_1
W3_fs_2	warsztat	Metoda aktywizująca, praca w grupach i analiza z zakresu sprzedaży dzieł multimedialnych w social media.	15	Przygotowanie wybranych części projektu multimedialnego w social media w obszarach wskazanych przez wykładowcę.	75	W3_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Warsztat 4 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat filmowo-telewizyjny 4 lub Warsztat producencki 4)

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-W4

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
W4_1	Student rozpoznaje oraz wymienia fundusze i programy UE wspierające działalność medialną.	K_W08	4
W4_2	Student identyfikuje działania niezbędne w cyklu życia projektu i wskazuje główne problemy związane z realizacją i oceną projektów.	K_W06	5
W4_3	Student potrafi sporządzić raport zgodnie z wytycznymi UE i dobrać właściwe metody oceny.	K_U07	4
W4_4	Student potrafi poruszać się w obszarze nowych mediów oraz wykorzystywać nowoczesne technologie do tworzenia nowych form medialnych i okołomedialnych.	K_U08	5
W4_5	Student pracuje w zespole analizującym różne problemy oceny realizacji projektów, pracując w grupie jest otwarty na uczestniczenie w przygotowywaniu projektów, związanych z rozwojem usług.	K_K07	3
W4_6	Student ma świadomość praktycznego zastosowania nowych mediów oraz etycznego zachowania w prowadzeniu działalności publicznej.	K_K06	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•Warsztat filmowo-telewizyjny 4</li> <li>•Warsztat producencki 4</li> </ul> <p>Opis przedmiotu: Warsztat filmowo-telewizyjny 4</p> <p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studenta z praktyczną wiedzą związaną z kwestią osiągnięcia sukcesu przy realizacji projektu w social media jako podstawowego narzędzia rozwoju lokalnego i na arenie międzynarodowej. Zagadnienia, jakie będą poruszane to: montaż dzieła multimedialnego w</p>

	<p>zależności od sposobu dystrybucji, dobór muzyki i efektów dźwiękowych do filmu lub programu telewizyjnego, kreatywne podejście do promocji dzieła i jego sprzedaży. Zapoznanie studentów ze sposobami wykorzystywania mediów społecznościach jako sposobu komunikowania się polityków, dziennikarzy i obywateli.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 4</p> <p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej praktycznej w ramach dotychczasowego przebiegu studiów. Zasadnicze cele: przekazanie wiedzy z zakresu planowania i wdrażania projektu europejskiego, struktury działań przy jego organizacji, prezentacja metod szacowania kosztów, a także sporządzania raportów zgodnie z regułami obowiązującymi w krajach UE, wyrobienie umiejętności właściwego rozpoznawania aspektów technicznoorganizacyjnych oraz kierowania zespołem projektowym, wyrobienie umiejętności sporządzania projektów niezbędnej przy podejmowaniu i prowadzeniu działalności usługowej.</p>
<b>Wymagania wstępne</b>	Istniejący własny projekt studenta w social media.

<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>
W4_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej lub ustnej.	W4_1, W4_2
W4_w_2	Ocena ciągła	Ocena wypowiedzi studenta podczas zajęć. Student na zakończenie IV semestru musi zrealizowany własny projekt oraz mieć zaplanowaną sprzedaż w Internecie.	W4_3, W4_4, W4_5, W4_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>	
W4_fs_1	wykład	Wykład interaktywny, dyskusja, warsztat moderowany, prezentacja multimedialna.	15	Opracowanie treści wykładu, analiza literatury i przykładów dzieł multimedialnych, filmów i innych materiałów audio-wizualnych.	45	W4_w_1
W4_fs_2	warsztat	Praca w grupie, dyskusja, analiza tekstów i materiałów źródłowych.	15	Przygotowanie całości projektu multimedialnego w social media.	75	W4_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Współpraca z aktorem

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-WZA

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
WZA_1	Student rozpoznaje zależności między teorią a praktyką współpracy z aktorem. Student ma wiedzę jak skutecznie się komunikować.	K_W07	5
WZA_2	Student posiada zdolność kreatywnego myślenia o utworze, nad którym pracuje, umie rozpoznać i zrozumieć jego myśl przewodnią.	K_W05	4
WZA_3	Student praktycznie wdraża teorię w swoją pracę, proponuje alternatywne zadania aktorskie i muzyczne, analizuje proces twórczy, który zachodzi w trakcie pracy nad tekstem. Student ma świadomość ścisłego związku i zależności ekspresji i gatunków utworów.	K_U07	4
WZA_4	Student ma umiejętność zapamiętania i odtworzenia stanów emocjonalnych, posiada umiejętność świadomego posługiwania się aparatem mowy, barwą głosu, ekspresją ciała, w celu uzyskania odpowiedniej formy prezentacji dzieła.	K_U05	5
WZA_5	Student zachowuje otwartość na innych, kieruje się wyobraźnią i intuicją, współpracuje i jest odpowiedzialny za swoją pracę, jest w stanie dokonać konstruktywnej, werbalnej krytyki dokonań swoich oraz innych osób.	K_K05	3
WZA_6	Student posiada poczucie odpowiedzialności za końcowy efekt artystyczny zarówno w perspektywie indywidualnej, jak i zbiorowej.	K_K06	3

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	<p>Student zdobędzie wiedzę na temat współpracy międzyludzkiej i ogólnej komunikacji społecznej. Student zapozna się z podstawowymi atutami aktora. Aktor to osoba twórcza, która ma w sobie ogromną wrażliwość, ogromne predyspozycje twórcze takie jak śpiew, taniec, wcielanie się w różne prawdziwe i fikcyjne postaci. Jest to osoba gotowa na ukierunkowanie, na poprowadzenie swoim talentem i umiejętnościami, na wydobycie jeszcze większej wrażliwości, w celu osiągnięcia założonego celu.</p> <p>Największym partnerem do pracy z aktorem jest reżyser, to na tej relacji będą oparte te zajęcia. Student pozna cały proces produkcji, z</p>
-------------	--



	wyszczególnieniem etapów, podczas których praca z aktorem jest najważniejsza. Współpraca z aktorem, zaczyna się już od pracy nad scenariuszem, student zdobędzie wiedzę, jak rozmawiać z aktorem o roli, jak poprzez pracę aktora uzyskać wymagany cel.
<b>Wymagania wstępne</b>	Podstawa wiedzy na temat zawodu aktora. Podstawowa kultura literacka i czytanie.

<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>
WZA_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie ustnej, weryfikujący kompetencje studenta z zakresu: wiedza ogólna o pracy z aktorem, umiejętność łączenia specyfiki pracy reżysera z aktorem. Student na wybranym przez siebie przykładzie utworu, będzie potrafił ocenić wpływ reżysera w relacji z aktorem.	WZA_1, WZA_2
WZA_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, będąca średnią ocen z zadań realizowanych w trakcie ćwiczeń. Student będzie miał za zadanie przedstawić multimedialnie dobre przykłady pracy reżysera z aktorem, na konkretnych powstałych już dziełach.	WZA_3, WZA_4, WZA_5, WZA_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>	
WZA_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, pokaz filmów, prezentacja multimedialna, dyskusja. Student samodzielnie dokona analizy przykładów dobrej współpracy reżysera z aktorem.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	WZA_w_1
WZA_fs_2	ćwiczenia	Metoda pokazu. Podczas zajęć studenci będą poddawani grupowym i indywidualnym ćwiczeniom pracy z profesjonalnym aktorem. Student samodzielnie przygotowuje się do współpracy z danym aktorem na podstawie swojego tekstu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	WZA_w_2

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b>
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Zarządzanie bezpieczeństwem informacji

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-ZBI

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
ZBI_1	Student posiada wiedzę z zakresu zasad zachowania bezpieczeństwa w Internecie.	K_W05	4
ZBI_2	Student zna wytyczne dotyczące ochrony danych i prywatności i techniki zabezpieczenia treści audiowizualnych.	K_W08	5
ZBI_3	Student posiada umiejętność swobodnego poruszania się w sieci.	K_U08	5
ZBI_4	Student potrafi podejmować decyzje w zakresie procesów biznesowych i oceny treści w Internecie.	K_U05	4
ZBI_5	Student posiada ograniczone zaufanie do treści w Internecie i potrafi nawiązywać relacje z osobami w sieci.	K_K05	3
ZBI_6	Student jest wyczulony na ewentualne podejrzane przypadki i treści w sieci.	K_K07	4

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Gwałtowny rozwój informatyzacji niesie za sobą zagrożenia związane z bezpieczeństwem informacji. Zagrożenia te można scharakteryzować za pomocą trzech podstawowych składowych bezpieczeństwa informacji, jakimi są: utrata poufności, ograniczenie dostępności i naruszenie integralności informacji. Mogą one mieć charakter zdarzeń przypadkowych (awarie, błędy oprogramowania i pomyłki ludzkie), mogą być powodowane przez czynniki naturalne jak pożar, powódź czy piorun, a mogą być także wynikiem celowych działań ludzi. Celem tego przedmiotu jest uświadamianie o potencjalnych zagrożeniach w sieci, oraz jakie mogą być tego konsekwencje.
<b>Wymagania wstępne</b>	Podstawowa wiedza prawna i na temat rynku medialnego.

<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>
ZBI_w_1	Sprawdzian	Egzamin końcowy (pytania testowe i opis przykładów jakości bezpieczeństwa w sieci).	ZBI_1, ZBI_2

ZBI_w_2	Ocena ciągła	Ocena umiejętności, postaw i zachowań studentów w trakcie zajęć, ich przygotowania do zajęć i wykonania zadanych prac.	ZBI_3, ZBI_4, ZBI_5, ZBI_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	
ZBI_fs_1	wykład	Wykład na temat zasad poruszania się w Internecie, a także podstawowych norm prawnych. Przykłady naruszeń bezpieczeństwa w sieci, rozmowa o tym jak się ustrzec i jak zachować bezpieczeństwo informacji w Internecie.	15	Praca własna studenta polegać będzie na wykorzystaniu zapisów prawnych w swoim dziele.	15	ZBI_w_1
ZBI_fs_2	ćwiczenia	Dyskusja grupy i praca na konkretnych przykładach, ich analiza i ich rozwiązywanie.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów.	15	ZBI_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Zarządzanie projektem medialnym

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-ZPM

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
ZPM_1	Student ma podstawową wiedzę z zakresu planowania i realizacji projektu medialnego.	K_W11	5
ZPM_2	Student ma wiedzę z zakresu stosowanych metod i technik zarządzania projektem lub pakietem projektów medialnych.	K_W09	4
ZPM_3	Student potrafi zaplanować projekt, określić warunki jego zakończenia, zdefiniować strukturę organizacyjną projektu, stworzyć plan wykorzystania zasobów, harmonogram projektu, zidentyfikować ryzyko realizacji projektu, zbudować wykres Gantta, zaplanować budżet projektu oraz ocenić projekt.	K_U09 K_U13	5 4
ZPM_4	Student potrafi wykorzystać program MS Project do zarządzania wybranym przedsięwzięciem medialnym.	K_U11 K_U13	4 4
ZPM_5	Student ma kompetencje do pełnienia roli lidera projektu multimedialnego i potrafi współdziałać w zespole.	K_K10	3
ZPM_6	Student posiada zdolność tworzenia zespołu projektowego, ma świadomość znaczenia współdziałania, rozwijania relacji międzyludzkich i profesjonalnych.	K_K09	4

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z praktyczną wiedzą związaną z kwestią osiągnięcia sukcesu przy realizacji projektu sukcesu. Zagadnienia: planowanie, wdrażanie i rozliczanie projektów multimedialnych, metodyki zarządzania projektami, cykl życia projektu i charakterystyka poszczególnych faz, struktura zespołów projektowych, zarządzanie ryzykiem w projektach multimedialnych, techniki planowania pracy własnej i członków zespołu projektowego multimedialnego, budowanie harmonogramu realizacji projektu.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien mieć podstawową wiedzę z zakresy zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
ZPM_w_1	Sprawdzian	Egzamin w formie pisemnej – test wiedzy na temat technik zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.	ZPM_1, ZPM_2
ZPM_w_2	Ocena ciągła	Ocena prac cząstkowych mających na celu nabycie przez studenta umiejętności planowania i realizacji projektów medialnych.	ZPM_3, ZPM_4, ZPM_5, ZPM_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	
ZPM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	ZPM_w_1
ZPM_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego zarządzania projektami multimedialnymi. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja biznesowa. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	ZPM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Zarządzanie treścią w mediach społecznościowych

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-ZTWMS

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
ZTWMS_1	Student posiada wiedzę o podstawowych procesach występujących w zarządzaniu treścią w mediach społecznościowych.	K_W03	5
ZTWMS_2	Student zna mechanizmy i narzędzia pozwalające prowadzić efektywne zarządzanie.	K_W04	4
ZTWMS_3	Definiuje cele i zakres działania mediów społecznościowych, potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną do analizowania procesów i zjawisk występujących we współczesnych procesach ekonomicznych dotyczących przedsiębiorstw działających w wirtualnej przestrzeni.	K_U03	5
ZTWMS_4	Student potrafi przygotować projekt modelu zarządzania treścią w sieci, potrafi dokonać wyboru odpowiednich mediów społecznościowych do profilu działalności firmy.	K_U02	4
ZTWMS_5	Student potrafi kierować zespołami ludzkimi, stawiając cele, wybierając metody i narzędzia ich realizacji.	K_K01	4
ZTWMS_6	Student posiada umiejętność analizowania zjawisk społecznych i ich wpływu na procesy zarządcze.	K_K02	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Celem zajęć jest nabycie przez studentów kompetencji dotyczących sprawnego poruszania się w świecie cyfrowym. W trakcie zajęć prowadzonych w formie grup zadaniowych studenci – obok klasycznych kompetencji menedżerskich – posiadą wiedzę i umiejętności w zakresie m.in.: wdrażania zmian opartych na IT, zarządzania technologią informacyjną, uczenia się w środowisku wirtualnym, budowy innowacyjnych modeli zarządzania treścią, wykorzystania społeczności zewnętrznych do tworzenia innowacji, rozwiązywania problemów i pozyskiwania produktów, efektywnej komunikacji z otoczeniem, budowy pozytywnego wizerunku i fidelizacji konsumentów w bardzo konkurencyjnym środowisku. Założeniem realizacji programu jest kształcenie nowoczesnych menedżerów, którzy będą w stanie proaktywnie i efektywnie wykorzystywać nowe media do tworzenia wartości w życiu zawodowym, społecznym i prywatnym. W trakcie zajęć studenci nabędą praktyczną wiedzę dotyczącą rozwiązywania konkretnych problemów menedżerskich za pomocą mediów społecznościowych. Uczą się także jak – wykorzystując nowoczesne technologie informacyjne – kreatywnie
-------------	---

	wychodzić poza ramy organizacji i budować owocne relacje z otoczeniem gospodarczym i społecznym oraz jak w sposób efektywny zarządzać treścią w wirtualnym świecie.
<b>Wymagania wstępne</b>	Kompetencje związane ze sprawnym poruszaniem się w wirtualnej przestrzeni. Umiejętności związane z planowaniem i koordynacją pracy.

<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>
ZTWMS_w_1	Sprawdzian	Na ocenę końcową mają wpływ: stopień opanowania wiedzy i nabycie umiejętności jej wykorzystania, aktywność na zajęciach oraz wykonanie projektu. Ogólna wiedza na temat poruszania się w Internecie i w mediach społecznościowych.	ZTWMS_1, ZTWMS_2
ZTWMS_w_2	Ocena ciągła	Zajęcia w formie konwersatoryjnej, dyskusja problemowa. Prowadzący powołuje zespoły zadaniowe, które przygotowują prezentacje dotyczące poszczególnych problemów. Następnie analizowane są kolejne alternatywne możliwe warianty rozwiązania problemu, w dyskusji ujawnia się umiejętność zastosowania wiedzy teoretycznej dla oceny i wyboru najwłaściwszego wariantu rozwiązania (rozstrzygnięcia praktycznego problemu), po zakończeniu dyskusji na dany temat prowadzący dokonuje krótkiego podsumowania obejmującego ocenę wypowiedzi dyskutantów.	ZTWMS_3, ZTWMS_4, ZTWMS_5, ZTWMS_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>	
ZTWMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Analiza największych portali społecznościowych świata dyskusja „za” i „przeciw”. Wybór przez studentów jednego rodzaju MS i przygotowanie projektu zarządzania treścią w mediach społecznościowych na zaliczenie.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	ZTWMS_w_1
ZTWMS_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia metoda aktywizująca – praca w małych grupach. Projekt musi spełniać następujące elementy: wybór portalu i przedsiębiorstwa do analizy, analiza wykorzystania portalu przez wybraną firmę lub dla wybranej firmy stworzenie strategii przy użyciu mediów społecznościowych.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	ZTWMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Zarządzanie zespołem produkcyjnym

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-ZZP

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
ZZP_1	Student zna techniki menadżerskie w zakresie: planowania, organizowania pracy, motywowania, podejmowania decyzji, twórczego myślenia, prowadzenia zebrań, zarządzania czasem.	K_W11	5
ZZP_2	Student posiada wiedzę z zakresu technik podejmowania decyzji i uwarunkowań ich podejmowania. Zna mechanizmy popełniania błędów podczas podejmowania decyzji.	K_W10	4
ZZP_3	Student potrafi zaplanować proces produkcji filmu, audycji telewizyjnej i widowiska stosując wybrane techniki planowania.	K_U11 K_U13	5 4
ZZP_4	Student posiada umiejętności budowania zespołów ludzkich oraz kompetencje wymagane w zarządzaniu wieloosobowymi zespołami ludzi.	K_U09 K_U13	4 4
ZZP_5	Student posiada zdolność twórczego poszukiwania rozwiązań problemów biznesowych.	K_K09	4
ZZP_6	Student jest zdolny do elastycznego myślenia w tworzeniu rozwiązań problemów biznesowych.	K_K10	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	W ramach modułu studenci dowiedzą się, jak wykorzystać pomysły swoich pracowników. Poznają techniki pozwalające prowadzić twórcze dyskusje szybciej i z lepszymi efektami. Aby wybrać pomysły do wykorzystania w praktyce biznesowej, studenci poznają sposoby zapisu wariantów decyzyjnych oraz metodę oceny punktowej, zwiększającą prawdopodobieństwo trafności decyzji. W ramach prowadzonego warsztatu nabiorą pewności podczas dokonywania wyborów. Kolejną umiejętnością, którą będą doskonalili studenci, jest prowadzenie spotkań. Nauczą się dzielić treść, którą chcą przekazać uczestnicy spotkania, na odpowiednie części. Sprawdzają, jak realnie szacować czas spotkania oraz jak moderować dyskusję. Zdobędą umiejętność wyciągania konstruktywnych wniosków dotyczących działań po spotkaniu. Aby je podjąć, dowiedzą się, jak poprawnie ustalić cel i plan działań, a także co robić, gdy pojawią się nieprzewidziane trudności. Będą rozwijać umiejętność elastycznego podejścia do harmonogramów.
-------------	---



	Zagadnienia w ramach zajęć: poszukiwanie pomysłów w zespole pracowniczym, rodzaje decyzji podejmowanych w przedsiębiorstwie, oddzielenie twórczego tworzenia wariantów decyzyjnych od podejmowania racjonalnych wyborów, metoda morfologiczna – zapis wariantów decyzyjnych, metoda punktowa w podejmowaniu decyzji, etapy procesu komunikowania się, zasady precyzyjnego formułowania komunikatów dla podwładnym, tworzenie planu spotkania i koordynowanie obrad, rodzaje celów przedsiębiorstwa, wyodrębnionych w oparciu o różne kryteria, zróżnicowanie celów w różnych komórkach organizacyjnych firmy, zasady ustalania celów, planowanie działań technikami Gantt'a, tworzenie harmonogramów.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.

<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>
ZZP_w_1	Sprawdzian	Praca pisemna zawierająca dokumentację narzędzia menedżerskiego.	ZZP_1, ZZP_2
ZZP_w_2	Ocena ciągła	Praca pisemna z każdego zakresu tematycznego.	ZZP_3, ZZP_4, ZZP_5, ZZP_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>	
ZZP_fs_1	wykład	Metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny), wykorzystanie Internetu.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	ZZP_w_1
ZZP_fs_2	ćwiczenia	Dyskusja i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne, metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna), metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego, wykorzystanie Internetu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	ZZP_w_2