

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>Creative management in new media</b> [Creative management in new media]
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy), 2023/2024 (semestr zimowy), 2024/2025 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna
7.	Kod ISCED	0211 (Techniki audiowizualne i produkcja mediów)
8.	Związek kierunku studiów ze strategią rozwoju, w tym misją uczelni	<p>Studia na kierunku „Zarządzanie kreatywne w nowych mediach” są zgodne z celami strategicznymi Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, zapisanymi w Strategii rozwoju Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na lata 2012-2020 oraz ze strategią i misją Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego pod nazwą Sztuka-cyfra-nauka. Studia te wpisują się również w założenia projektowanej strategii Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach na kolejne lata oraz strategii Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego na lata 2020-2024.</p> <p>Podstawowym celem strategicznym jest innowacyjne kształcenie i nowoczesna oferta dydaktyczna. W związku z powyższym została przygotowana oferta dydaktyczna w postaci kierunku studiów „Zarządzanie kreatywne w nowych mediach” odpowiadająca potrzebom rynku w zakresie kinematografii, telewizji, nowych mediów i innych dziedzin produkcji uwzględniających zmiany technologiczne i organizacyjne, zachodzące w wymienionych obszarach.</p> <p>Studia „Zarządzanie kreatywne w nowych mediach” realizują szczegółowe cele operacyjne ww. strategii rozwoju, obejmujące stałe dostosowywanie programów kształcenia do zmieniających się potrzeb rynku audiowizualnego, pozyskiwanie do pracy dydaktycznej wybitnych twórców o dorobku ponadnarodowym oraz specjalistów o wysokich kwalifikacjach zawodowych, a także aktywne współdziałanie uczelni z otoczeniem.</p> <p>W przypadku Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego szczególnie istotne jest współdziałanie dydaktyczno-programowe z potencjalnymi pracodawcami, w tym Telewizją Polską S.A., instytucjami filmowymi i instytucjami kultury, nadawcami telewizyjnymi, Polskim Instytutem Sztuki Filmowej, Krakowską Fundacją Filmową oraz podmiotami publicznymi, lokalnymi i regionalnymi o charakterze gospodarczym i kulturalnym.</p> <p>Realizacja celów strategicznych ma na celu wszechstronne przygotowanie absolwentów kierunku „Zarządzanie kreatywne w nowych mediach” do podejmowania skutecznych decyzji i działań na rozwijającym się dynamicznie i podlegającym wpływom nowych technologii informacyjnych rynku.</p>
9.	Liczba semestrów	4
10.	Tytuł zawodowy	magister
11.	Specjalności	nie dotyczy
12.	Semestr od którego rozpoczyna się realizacja specjalności	nie dotyczy
13.	Procentowy udział dyscyplin naukowych lub artystycznych w kształceniu (ze wskazaniem dyscypliny wiodącej)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• [dyscyplina wiodąca] sztuki filmowe i teatralne (dziedzina sztuki): 58%</li> <li>• nauki o zarządzaniu i jakości (dziedzina nauk społecznych): 13%</li> <li>• nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych): 12%</li> <li>• sztuki muzyczne (dziedzina sztuki): 6%</li> <li>• nauki prawne (dziedzina nauk społecznych): 5%</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>psychologia (dziedzina nauk społecznych): 4%</li> <li>informatyka techniczna i telekomunikacja (dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych): 2%</li> </ul>
14.	Procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej z dyscyplin naukowych lub artystycznych do których odnoszą się efekty uczenia się w łącznej liczbie punktów ECTS (ze wskazaniem dyscypliny wiodącej)	<ul style="list-style-type: none"> <li>[dyscyplina wiodąca] sztuki filmowe i teatralne (dziedzina sztuki): 58%</li> <li>nauki o zarządzaniu i jakości (dziedzina nauk społecznych): 13%</li> <li>nauki o komunikacji społecznej i mediach (dziedzina nauk społecznych): 12%</li> <li>sztuki muzyczne (dziedzina sztuki): 6%</li> <li>nauki prawne (dziedzina nauk społecznych): 5%</li> <li>psychologia (dziedzina nauk społecznych): 4%</li> <li>informatyka techniczna i telekomunikacja (dziedzina nauk inżynieryjno-technicznych): 2%</li> </ul>
15.	Liczba punktów ECTS konieczna dla uzyskania kwalifikacji odpowiadających poziomowi studiów	120
16.	Procentowy udział liczby punktów ECTS uzyskiwanych w ramach wybieranych przez studenta modułów kształcenia w łącznej liczbie punktów ECTS	30%
17.	Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich (lub innych osób prowadzących zajęcia) i studentów	120
18.	Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dyscyplin w ramach dziedzin nauk humanistycznych lub nauk społecznych, nie mniejszą niż 5 punktów ECTS – w przypadku kierunków studiów przypisanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne	5
19.	Warunki wymagane do ukończenia studiów z określoną specjalnością	nie dotyczy
20.	Organizacja procesu uzyskania dyplomu	<p>Studia kończą się złożeniem i obroną pisemnej pracy dyplomowej (magisterskiej) podejmującej wybrany problem teoretyczny lub praktyczny związany z planem studiów. Po zdaniu egzaminu dyplomowego studenci otrzymują tytuł magistra. Praca dyplomowa związana jest z projektem multimedialnym w nowych mediach, który studenci przygotowują od 1 do 3 semestru studiów, a realizują go w 4 semestrze studiów.</p> <p>Organizacja procedur formalnych uzyskania dyplomu pozostaje w zgodzie z odpowiednimi paragrafami Regulaminu studiów w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach (Załącznik do Uchwały nr 127 Senatu Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach z dnia 24 kwietnia 2012 rok, rozdział IV § § 29, 30; Rozdział VII § § 31,32,33).</p>

		Warunkiem przystąpienia do egzaminu magisterskiego jest przedstawienie pracy teoretycznej związanej tematycznie z projektem multimedialnym przygotowywanym w toku studiów i zrealizowanym w ostatnim semestrze studiów. Studenci są zobowiązani do wyboru promotora pracy teoretycznej w 2 semestrze studiów. Seminarium magisterskie prowadzone jest w 3 i 4 semestrze studiów.
21.	Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	nie dotyczy
22.	Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	0
23.	<p>Łączna liczba punktów ECTS, większa niż 50% ich ogólnej liczby, którą student musi uzyskać:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• na kierunku o profilu ogólnoakademickim w ramach modułów zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dyscyplinach naukowych lub artystycznych związanych z tym kierunkiem studiów;</li> <li>• na kierunku o profilu praktycznym w ramach modułów zajęć kształtujących umiejętności praktyczne</li> </ul>	70
24.	Ogólna charakterystyka kierunku	<p>Charakterystyka kandydata na studia:</p> <p>Studia są propozycją dla osób, które posiadają stopień licencjata (Bachelor) lub magistra (Master of Science) i chcą wzmocnić swoje kompetencje w obszarze komunikacji w mediach społecznościowych, a także poszerzyć, uporządkować i ugruntować wiedzę o nowych narzędziach i technikach wykorzystania mediów społecznościowych. Grupa docelowa studiów:</p> <p>a)rodzaj wykształcenia lub zainteresowań zawodowych</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- absolwenci dziennikarstwa, sztuk teatralnych i filmowych, marketingu, PR, organizacji produkcji, fotografii,</li> <li>- osoby tworzące kreatywne komunikaty sieciowe i działające w obszarze komunikacji wirtualnej przestrzeni za pomocą obrazu filmowego,</li> <li>- osoby, które zamierzają uruchomić własną firmę lub ją prowadzą branży filmowej, telewizyjnej lub social media,</li> </ul> <p>b)kraj pochodzenia i warunki studiowania</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- osoby z Polski i z zagranicy (kraje Unii Europejskiej, jak również z innych rejonów świata</li> </ul>

- mogące studiować odpłatnie (wstępna cena za 1 semestr studiów prowadzonych w języku angielskim to 2500 Euro).

Charakterystyka absolwenta studiów:

Celem studiów jest wykształcenie profesjonalistów w dziedzinie cyfrowej sztuki filmowej z uwzględnieniem wszystkich aspektów skutecznej komunikacji w wirtualnej przestrzeni. Po ukończeniu studiów absolwent będzie specjalistą ds. komunikacji wizualnej, specjalistą z zakresu kreowania treści w portalach społecznościowych, analitykiem z obszaru social media.

Niezależnie od tego, czy absolwent będzie prowadzić własnego bloga, video bloga, profile w mediach społecznościowych, obsługiwać sklep internetowy, pracować w agencji kreatywnej, dziale e-marketingu, czy prowadzić firmę w branży medialnej – będzie rozumieć, czym jest komunikacja za pomocą nowoczesnych środków przekazu oraz jak osiągać cele biznesowe, przy użyciu mediów cyfrowych, oraz jak wykorzystywać zjawisko konwergencji mediów wykorzystując warsztat filmowy i telewizyjny.

Sposoby kształcenia studentów i uzyskania efektów uczenia się:

Głównym założeniem studiów jest przekazanie niezbędnej wiedzy i umiejętności przez:

- twórców i artystów zatrudnionych w Szkole filmowej im. K. Kieślowskiego w dyscyplinie sztuki teatralne i filmowe z wykorzystaniem tych kompetencji do tworzenia treści w zakresie nowych mediów,
- praktyków, którzy sami zbudowali własne e- firmy i z powodzeniem je prowadzą, jak również przez osoby tworzące wartościowe treści w mediach społecznościowych.

Studia w kompleksowy sposób przygotowują do pracy w epoce konwergencji mediów oraz sprawnego poruszania się w świecie mediów cyfrowych. Starannie opracowany program zajęć pozwala zdobyć wiedzę o warsztacie filmowym w stopniu umożliwiającym realizację własnych samodzielnych projektów filmowych, promocyjnych i reklamowych lub produkcyjnych, a także wyrabia umiejętności kierowania zespołem i zdolności twórcze. Na studiach przekazywana jest usystematyzowana teoretyczna i praktyczna wiedza o wszystkich etapach i aspektach powstawania utworów filmowych, telewizyjnych i reklamowych. Studenci poznają technologię i techniki stosowanej w produkcji filmów i multimediów. Studenci nie tylko poznają narzędzia, ale przede wszystkim zdobywają wiedzę jak, i w jakim kontekście wykorzystać zdobytą wiedzę oraz jak mierzyć skuteczność swoich działań.

Z tego powodu absolwenci będą się sprawnie poruszać w obszarze mediów cyfrowych, tworząc wartościowe treści na potrzeby współczesnej komunikacji oraz posiadają wiedzę, jak efektywnie promować markę, firmę, ale również swoją własną osobę w obszarze mediów cyfrowych.

Organizacja studiów i tematyczne obszary kształcenia:

Program studiów obejmuje 1200 godzin zajęć ujętych w programie studiów i 240 godzin warsztatów prowadzonych przez wykładowców z zagranicy, finansowanych z programu POWER 3.5 edycja 2018. Wszystkie przedmioty mają po 30 godzin lekcyjnych, w semestrze znajduje się po 10 przedmiotów. Liczba punktów ECTS jest zróżnicowana w zależności od nakładu pracy studenta w ramach danego semestru. Studia będą się kończyć obroną pracy magisterskiej połączonej z pokazem zrealizowanego projektu multimedialnego w ramach studiów. Program studiów został tak zaprojektowany, aby w toku 3 semestrów studiów studenci przygotowali i utworzyli swój własny projekt multimedialny, który zweryfikują pod względem oglądalności, efektywności działania itp. na 4 semestrze studiów. Następnie podczas obrony pracy magisterskiej (zakładamy, że jej temat będzie związany z ich projektem medialnym) przedstawią drogę, którą pokonali, aby stworzyć ten projekt i przez 1 semestr studiów go realizować. Kierunek będzie prowadzony również w języku angielskim. Ze względu na zakładaną małą liczbę studentów w grupie (15 osób) i wąską specjalizację samego programu studiów kierunek nie będzie posiadał odrębnych specjalności.

Studia obejmują 1200 godzin dydaktycznych w 4 obszarach tematycznych (zagadnienia):

- obszar artystyczno-kreacyjny (techniki pisania scenariusza, film animowany, teledysk, film reklamowy, gatunki telewizyjne i filmowe,

	<p>dziennikarstwo nowych mediów, montaż filmu, realizacja dźwięku, podstawy sztuki operatorskiej, podstawy reżyserii, współpraca z aktorem, podstawy grafiki projektowej, historia filmu i telewizji, muzyka w filmie),</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obszar social media (copywriting, technologia mediów społecznościowych, zarządzanie projektem medialnym, kierunki rozwoju nowych mediów, techniki autopromocji w mediach społecznościowych, zarządzanie treścią w mediach społecznościowych, marketing w mediach społecznościowych, analiza mediów społecznościowych, e-Commerce),</li> <li>- obszar biznesowy (biznesplan przedsięwzięcia medialnego, podstawy psychologii społecznej, zarządzanie zespołem produkcyjnym, prowadzenie negocjacji biznesowych, budżet projektu multimedialnego, techniki sprzedaży dzieła multimedialnego, pozyskiwanie środków finansowych i sponsoring, techniki twórczego myślenia),</li> <li>- obszar prawny (prawo autorskie, ochrona własności intelektualnej w sieci, zarządzanie bezpieczeństwem informacji)</li> <li>- warsztaty filmowe, telewizyjne i nowych mediów (po 30h na semestr) prowadzone w ramach programu studiów,</li> <li>- warsztaty prowadzone przez wykładowców zagranicznych (po 60h na semestr) w ramach programu POWER 3.5 edycja 2018.</li> </ul> <p>Możliwość realizacji kierunku w oparciu o posiadane zasoby kadrowe, lokalowe, materialne:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Program studiów (1200 godzin dydaktycznych w temacie studiów) zostanie zrealizowany w następujący sposób:       <ul style="list-style-type: none"> <li>- 75% godzin dydaktycznych (900) będzie prowadzonych przez pracowników Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego lub innych Wydziałów Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach,</li> <li>- 25% godzin dydaktycznych (300) będzie prowadzonych przez specjalistów z zakresu nowych mediów, praktyków, YouTuberów itp.</li> </ul> </li> <li>2. Szkoła filmowa im. K. Kieślowskiego dysponuje najnowocześniejszym budynkiem i sprzętem dydaktycznym, który umożliwia realizację wszystkich zajęć na najwyższym poziomie merytorycznym na terenie siedziby Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego.</li> <li>3. Sprzęt dydaktyczny, będący w posiadaniu Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego, obejmuje kompletne wyposażenie niezbędne do nauczania wszelkich aspektów kreowania treści w nowych mediach, realizacji obrazu i dźwięku, reżyserii, współpracy z aktorem i pionem scenograficznym, a także umożliwia aktywne nauczanie zarządzania procesem produkcyjnym, zarządzania zespołem i treścią w nowych mediach.</li> </ol> <p>Prognozowane możliwości zatrudnienia i dalszego kształcenia absolwentów:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Absolwent studiów „Creative management in new media” może pracować w:       <ul style="list-style-type: none"> <li>- agencjach digitalowych i PR przy tworzeniu treści multimedialnych,</li> <li>- w działach marketingu firm,</li> <li>- telewizji, radiu, portalu internetowym lub innym „tradycyjnym” medium wykorzystującym zjawisko konwergencji mediów,</li> <li>- prowadzić własną działalność w wirtualnej przestrzeni w branżach kreatywnych (blogger, YouTuber itp.).</li> </ul> </li> <li>2. Dalsze kształcenie absolwentów może odbywać się w ramach planowanych kursów e-learningowych, będących jednak osobnym projektem edukacyjnym.</li> </ol>
25. Ogólna charakterystyka specjalności	nie dotyczy