

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: analiza ekonomiczna (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2861_37S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	konwersatorium	20	0	ZO	3
		wykład	10	0	E	
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr MIRELA ROMANOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr EDYTA MIODUCHOWSKA-JAROSZEWICZ				
Cele przedmiotu:		Umiej tno wyszukiwania i mierzenia zwi zków zachodz cych mi dzy zjawiskami ekonomicznymi w podmiotach gospodarczych oraz wpływu otoczenia na ich zachowanie. Zrozumienie i interpretacja za pomoc metod analizy ekonomicznej informacji o przedsi biorstwie medialnym w celu podejmowania wła ciwych decyzji i sprawnego zarz dzania tego rodzaju podmiotem.				
Wymagania wst pne:		Ogólna znajomo wiedzy z zakresu ekonomii				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie w złowe zagadnienia z dziedziny analizy ekonomicznej		K_W02	
	2	EP2	zna metody badawcze wykorzystywane w ocenie zwi zków zachodz cych mi dzy zjawiskami ekonomicznymi w podmiotach gospodarczych oraz wpływu otoczenia na ich zachowanie		K_W04	
umiej tno ci	1	EP3	posiada umiej tno wykorzystania wiedzy teoretycznej do opisu i analizowania procesów gospodarczych w podmiotach gospodarczych i analizuje przyczyny przebiegu konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych		K_U01	
	2	EP4	analizuje przyczyny przebiegu konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych		K_U02	
	3	EP5	wykorzystuje zdobyt wiedz w praktycznym działaniu w ocenie sytuacji ekonomicznej przedsi biorstwa medialnego		K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP6	rozumie potrzeb uczenia si przez całe ycie		K_K04	
	2	EP7	stosuje wiedz z dziedziny ekonomicznej w ramach społecznej funkcji dziennikarza, przyznaj c prymat wiedzy fachowej nad potoczn		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: analiza ekonomiczna						

Forma zaj : wykład					
1. Istota i znaczenie analizy ekonomicznej w zarz dzaniu przedsi biorstwem medialnym		2	2	0	
2. ró dła informacji na potrzeby analiz ekonomicznych i sposoby ich pozyskiwania		2	2	0	
3. Etapy prac analitycznych, metody analizy ekonomicznej, formy prezentacji wyników analiz ekonomicznych		2	2	0	
4. Metody oceny zarz dzania kapitałem ludzkim w przedsi biorstwie medialnym		2	2	0	
5. Narz dzia analizy klienta przedsi biorstwa medialnego		2	2	0	
Forma zaj : konwersatorium					
1. Charakterystyka ró deł informacji, omówienie przykładowych ró deł informacji		2	4	0	
2. Charakterystyka i wykorzystanie metod analizy ekonomicznej w praktyce gospodarce na konkretnym przykładzie		2	4	0	
3. Przedstawienie i zastosowanie metod wykorzystywanych ocenie gospodarowania kapitałem 6 ludzkim w przykładowej firmie medialnej		2	6	0	
4. Omówienie wykorzystania metod oceny klienta w przykładowym przedsi biorstwie medialnym		2	6	0	
Metody kształcenia	Wykład, prezentacja multimedialna, praca w grupach, case study, praca na danych aktualnych o przedsi biorstwach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie konwersatorium: kolokwium w formie pisemnej sprawdzaj ce osi gni cia efektów kształcenia w zakresie wiedzy i umiej tno ci. Pytania teoretyczne i zadania. Egzamin pisemny sprawdzaj cy osi gni cie efektów w zakresie wiedzy i umiej tno ci z wykładów i zalecanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Wynik ko cowy stanowi 75% oceny z konwersatorium. Pozostał cz oceny ko cowej z konwersatorium (25%) stanowi ocena uczestnictwa w zaj ciach Ocena ko cowa (ocena koordynatora) to rednia wa ona ocen uzyskanych z egzaminu i zaliczenia				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	analiza ekonomiczna		Wa ona	
	2	analiza ekonomiczna [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
	2	analiza ekonomiczna [wykład]	egzamin		0,60
Literatura podstawowa	Jerzemowska M. (2018): Analiza ekonomiczna w przedsi biorstwie, PWE, Warszawa				
	Kaplan R. S., Norton D. P. (2001): Strategiczna Karta Wyników, Jak przelo y strategie na działanie, PWN, Warszawa				
	Nierenberg B. (2007): Przedsi biorstwo medialne, determinanty, systemy, modele. , UJ, Kraków				
Literatura uzupełniaj ca	Kłosowska B., Voss G., Huterska A. (2018): Analiza finansowa w parcktyce , Difin, Warszaa				
	Nita B. (2016): Problemy analizy finansowej w praktyce, CH Beck, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne		30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		4		0	
Przygotowanie si do zaj		10		0	
Studiowanie literatury		15		0	

Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	6	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM						
Nazwa przedmiotu: analiza finansowa przedsi biorstwa medialnego (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2861_15S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : mened er w mediach		
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	konwersatorium	20	0	ZO	2
		wykład	10	0	ZO	
Razem			30			2
Koordynator przedmiotu:		dr MIRELA ROMANOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr MIRELA ROMANOWSKA				
Cele przedmiotu:		Analiza finansowa dostarcza narz dzi ułatwiaj cych podejmowanie trafnych decyzji w przedsi biorstwie co ma prowadzi do lepszego wykorzystania zasobów, poprawy wyników działalno ci, sprostania potrzebom rynku i oczekiwaniom wła ciciela.				
Wymagania wst pne:		Student zna podstawy: analizy ekonomicznej i zarz dzania. Potrafi wyszukiwa zwi zki i zale no ci mi dzy kategoriami ekonomicznymi , rozumie i prawidłowo identyfikuje kategorie finansowe opisuj ce sytuacj finansow przedsi biorstwa, ma wpojone nawyki kształcenia ustawicznego, potrafi pracowa w grupie i jest przygotowany do obserwacji i analizowania otoczenia .				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma wiedz na temat przedsi biorczo ci i efektywno ci funkcjonowania przedsi biorstwa medialnego		K_W08	
	2	EP2	Zna w sposób pogł biony wybrane metody i modele oceny sytuacji finansowej przedsi biorstwa medialnego		K_W11	
umiej tno ci	1	EP3	Rozumie i potrafi prawidłowo interpretowa i wyja nia zjawiska ekonomiczne maj ce wpływ na sytuacj finansow przedsi biorstwa medialnego		K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP5	Rozumie potrzeb uczenia si przez całe ycie zwłaszcza zwi zane z ewolucj prawa z dziedziny finansów i rachunkowo ci		K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: analiza finansowa przedsi biorstwa medialnego						
Forma zaj : wykład						
1. Rola sprawozda finansowych w ocenie sytuacji finansowej przedsi biorstwa				4	1	0
2. Metody wst pnej oceny sytuacji finansowej przedsi biorstwa				4	3	0
3. Narz dzia oceny płynno ci finansowej				4	2	0
4. Pomiar efektywno ci przedsi biorstwa				4	2	0
5. Poj cie i pomiar rentowno ci przedsi biorstwa				4	2	0

Forma zaj : konwersatorium					
1. Czytanie sprawozda finansowych przedsi biorstwa medialnego		4	3	0	
2. Ocena sytuacji maj tkowej przedsi biorstwa		4	4	0	
3. Ocena zadtku enia i niezale no ci finansowej		4	3	0	
4. Pomiar i wielokierunkowa ocena plynno ci finansowej przedsi biorstwa medialnego		4	3	0	
5. Ocena wykorzystania majtku. Cykl konwersji gotówki		4	3	0	
6. Wielokierunkowa ocena rentowno ci przedsi biorstwa		4	4	0	
Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Przedmiot ko czy si zaliczeniem w formie pisemnej. Sprawdzian testuje osi gni cia w zakresie wiedzy (pytania teoretyczne -40%) oraz umiejnoci studenta (zadania praktyczne wraz z interpretacj 60%). Zaliczenie przedmiotu po zdobyciu min.60%.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z zaliczenia jest ocen z przedmiotu.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	analiza finansowa przedsi biorstwa medialnego		Wagony	
	4	analiza finansowa przedsi biorstwa medialnego [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
	4	analiza finansowa przedsi biorstwa medialnego [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	M. Ambroziak (2010): Analiza sprawozda finansowych. Zrozumie sprawozdanie polskie, MSSF, US GAAP. Tom 1, C.H.Beck				
	W. Gabrusewicz (2014): Analiza finansowa przedsi biorstwa. Teoria i zastosowanie, , PWE, Warszawa				
	Ustawa o rachunkowo ci Dz.U. z 2009 nr 152 poz. 1223				
	Ustawa z dnia 29.09.1994 r. o rachunkowo ci. z pó . zm.				
Literatura uzupełniająca	E. Nowak (2008): Analiza sprawozda finansowych, PWE, Warszawa				
	Gos W., Ho ko S., Szczypa P. (2012): ABC sprawozda finansowych. Jak je czyta , interpretowa i analizowa . , CeDeWu, Warszawa				
	Red. W. Skoczylas (2009): Analiza sprawozdawczo ci finansowej przedsi biorstwa, SKwP, Warszawa				
	Romanowska M. (2016): Analiza powi za mi dzy rentowno ci a plynno ci na przykladzie sektora bankowego w Polsce. w: Problemy współczesnej ekonomii., Studia i Prace WNEiZ nr 44, t.3, Szczecin				
NAKLAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie si do zaj	4	0			
Studiowanie literatury	5	0			
Udział w konsultacjach	6	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	3	0			

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Wykład ogólnouczeniiany do wyboru [moduł]							
Nazwa przedmiotu: Contemporary Audiovisual Culture (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_67S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dżanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk angielski (100%)			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Wprowadzenie do kultury audiowizualnej jako dominuj cego współcze nie sposobu artykulacji i partycypacji w kulturze. U wiadomienie rangi przełomu cyfrowego w kulturze w perspektywie antropologicznej, filozoficznej, kulturowej. Ukazanie przemian literatury, teatru, fotografii i filmu w rodowisku nowych mediów. Orientacja w sztuce nowych mediów.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu współczesnych mediów.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma wiedz o metodach i narz dziach analizy mediów audiowizualnych.			K_W05	
	2	EP2	Ma pogł bion wiedz z zakresu teorii gatunków dziennikarskich i literackich w perspektywie nowych mediów.			K_W06	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi wykorzysta analiz zawarto ci mediów cyfrowych do pracy dziennikarskiej i redakcyjnej.			K_U01	
	2	EP4	Rozpoznaje, analizuje oraz interpretuje teksty kultury opublikowane w mediach audiowizualnych.			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo zakresu swojej wiedzy, umiej tno ci i percypowanych tre ci w obszarze nowych mediów.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: Contemporary Audiovisual Culture							
Forma zaj : wykład							
1. Audiowizualno jako dominuj cy sposób artykulacji i partycypacji w kulturze					1	2	0
2. Krytycy kultury, antropolodzy i filozofowie wobec przełomu cyfrowego w kulturze					1	4	0
3. Film w rodowisku mediów elektronicznych					1	6	0
4. Liternet ? literatura i Internet					1	6	0
5. Teatr i multimedia					1	4	0
6. Fotografia a hiperrealizm w sztukach plastycznych					1	4	0

7. Net art ? sztuka sieci wobec tradycji awangardy XX wieku		1	4	0	
Metody kształcenia	Podawcza z analiz tekstów kultury i prezentacji multimedialn .				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na podstawie: kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena na podstawie: kolokwium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	Contemporary Audiovisual Culture		Nieobliczana	
	1	Contemporary Audiovisual Culture [wykład]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	E. Wójtowicz (2008): Net art, Rabid, Kraków				
	J. Baudrillard (2005): Symulakry i symulacja, Sic!, Warszawa				
	M. Hopfinger (2003): Do wiadczenia audiowizualne, Sic!, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	M. Hopfinger (1997): Kultura audiowizualna u progu XXI wieku, PAN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	23		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: dziennikarskie źródła informacji (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_2S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	30	0	ZO	2	
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASIK					
Prowadzący zajęcia:		dr KRZYSZTOF FLASIK					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest wprowadzenie studenta w zagadnienia dotyczące wiedzy teoretycznej i praktycznej definiowania i typologizowania źródeł informacji użytecznych w toku wykonywania zawodu dziennikarza. Student zdobyje praktyczne umiejętności z zakresu czerpania informacji materiałów dla prasy, radia, telewizji Internetu, ze szczególnym uwzględnieniem umiejętności weryfikacji faktów na podstawie różnych źródeł etycznych problemów związanych ze zbieraniem materiałów dziennikarskich.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć z zakresu komunikacji i dziennikarstwa					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma pogłębić wiedzę z obszaru funkcjonowania systemu medialnego.			K_W01	
	2	EP2	ma pogłębić i uporządkować wiedzę z zakresu dziennikarskich źródeł informacji i etyki ich pozyskiwania			K_W01 K_W12	
umiejętności	1	EP3	potrafi wykorzystać analizę zawartości mediów i wykorzystać informacje w tworzeniu materiałów dziennikarskich.			K_U07	
	2	EP4	potrafi dokonać selekcji informacji i dokonać prawidłowej oceny wartości i klasyfikacji ich źródeł.			K_U01	
	3	EP7	potrafi pracować w zespole przyjmując na siebie rolę obowiązkową.			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP5	potrafi kształtować źródła informacji z uwzględnieniem odpowiedzialności społecznej i dobrych praktyk zawodowych			K_K04	
	2	EP6	potrafi krytycznie oceniać zarówno własne, jak i cudze kompetencje i efekty pracy w zakresie pozyskiwania informacji, wpływając tym samym dodatnio na jakoś dyskursu publicznego			K_K01	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: dziennikarskie źródła informacji							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. 1. Wprowadzenie do przedmiotu ? pojęcia.					2	3	0
2. 2. Systematyka źródeł informacji dziennikarskiej.					2	3	0

3. 3. Zastane ródła informacji dziennikarskiej .	2	3	0
4. 4. ródła nieformalne, czyli wywołane.	2	3	0
5. 5. Tematy historyczne, jako ródła informacji.	2	3	0
6. 6. Dziennikarstwo ledcze.	2	3	0
7. 7. Obserwacja uczestnicz ca.	2	3	0
8. 8. Literatura - informacja ?wy szego pi tra?.	2	3	0
9. 9. Materiały public relations	2	3	0
10. 10. Zasady ograniczonego zaufania do internetowych ródeł informacji.	2	3	0

Metody kształcenia	dyskusja, praca z tekstem, praca w grupach		
--------------------	--------------------------------------------	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)	EP7

Forma i warunki zaliczenia	ZO, zaliczenie przedmiotu: na podstawie oceny z kolokwium oraz weryfikacji przez obserwacj		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) jest równa wa onej sumie ocen z kolokwium (80%) oraz weryfikacji przez obserwacj (20%)		

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	dziennikarskie ródła informacji		Wa ona	
	2	dziennikarskie ródła informacji [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa	A. Adamowski (2002): O warsztacie dziennikarskim, Warszawa
	A. Niczyperowicz (2001): Dziennikarstwo od kuchni, Pozna
	K. Wolny-Zmorzy ski (2008): ródła informacji dla dziennikarza, Warszawa
	W. Warecki (2006): Co wpływa na dziennikarzy i na co maj wpływ dziennikarze, Warszawa

Literatura uzupełniają ca	B. Dobek-Ostrowska (2006): Komunikowanie polityczne i publiczne, Warszawa
	G. Lawrence (2006): Sztuka wywiadu. Lekcje mistrza, Warszawa
	W. Pisarek (2008): Wst p do nauki o komunikowaniu, Warszawa

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1	0
Przygotowanie si do zaj	4	0
Studiowanie literatury	3	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	4	0

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF3: Glokalno [moduł]							
Nazwa przedmiotu: ekonomia społeczna (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2862_57S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. BARBARA KRYK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. BARBARA KRYK					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami ekonomii społecznej, zasadami tworzenia, funkcjonowania i zarządzania podmiotami społecznymi oraz podniesienie poziomu wiadomości społecznej studentów w zakresie współczesnych problemów społecznych.					
Wymagania wstępne:		Znajomość zagadnień ogólnospołecznych, podstaw polityki społecznej, otwartość do dyskusji					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie w pogłębionym stopniu fundamentalne problemy ekonomii społecznej			K_W02	
umiejętności	1	EP2	potrafi interpretować, analizować i określa przebieg złożonych zjawisk/procesów ekonomii społecznej i oraz wskazywać na relacje między nimi			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP3	uznaje potrzebę doceniania i akceptowania znaczenia ekonomii społecznej w kontekście odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych i społecznych			K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: ekonomia społeczna							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Ekonomia społeczna jako kategoria rozwoju					2	3	0
2. Podmioty ekonomii społecznej					2	4	0
3. Finansowanie przedsiębiorstw społecznych.					2	2	0
4. Wspieranie przedsiębiorczości społecznej					2	2	0
5. Wybrane zagadnienia zarządzania podmiotami ekonomii społecznej					2	2	0
6. Ocena i ewaluacja przedsiębiorstw i efektywności działania podmiotów ekonomii społecznej					2	2	0
Metody kształcenia		prezentacja ppt, gra symulacyjna/metody eksponujące, praca w grupach					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PREZENTACJA				EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocenę na podstawie przygotowanej prezentacji; ocenie podlega zarówno zawartość merytoryczna jak i spełnianie wymogów formalno-technicznych.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) równa się ocenie za prezentację .					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	ekonomia społeczna		Ważona	
	2	ekonomia społeczna [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Frączek M., Hausner J., Mazur S. (red.) (2012): Wokół ekonomii społecznej, MSAP, Kraków				
Literatura uzupełniająca	Kryk B. (2013): Przedsiębiorstwa ekonomii społecznej – komplementarny podmiot gospodarki rynkowej, Kryk B., Przedsiębiorstwa ekonomii społecznej – komplementarny podmiot gospodarki rynkowej, Zeszyty Naukowe Wydziałowe Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, „Studia Ekonomiczne”, nr 129, UE w Katowicach, Katowice				
	Czasopisma z zakresu ekonomii społecznej i polityki społecznej				
	Raporty z realizacji projektów ekonomii społecznej				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	3		0		
Studiowanie literatury	9		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: ekonomika mediów (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US154AIJ2860_33S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 1 - język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Cele przedmiotu:		Poznanie zasad rynku medialnego jego organizacji, specyfiki ekonomicznej poszczególnych jego typów i rodzajów.					
Wymagania wstępne:		Ogólna wiedza o dziedzinie nauk ekonomicznych (w szczególności mikroekonomii i makroekonomii oraz teorii zarządzania)					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu ekonomiki mediów, zarządzania przedsiębiorstwem medialnym oraz ekonomicznych determinantów funkcjonowania rynku mediów Ma wiedzę dotyczącą zasad tworzenia przedsiębiorstw, zwłaszcza medialnych		K_W02 K_W08 K_W11		
umiejętności	1	EP2	Jest zdolny do analizowania i oceniania zjawisk społecznych i ekonomicznych z wykorzystaniem złożonych metod oraz zaawansowanego dorobku teoretycznego		K_U02		
	2	EP3	Potrafi współpracować w grupie, przyjmując w niej rolę i rozwiązując złożone problemy społeczno-ekonomiczne		K_U11		
kompetencje społeczne	1	EP4	Ma wiadomości ekonomicznego osadzenia przedsiębiorstw medialnych oraz konsekwencji płynących stąd dla dbania o najwyższe standardy tworzenia przekazów medialnych.		K_K04		
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: ekonomika mediów							
Forma zajęć : wykład							
1. Przedmiot ekonomiki oraz ekonomiki mediów. Zarządzanie mediami.					1	2	0
2. Struktura i aspekty rynku informacyjnego.					1	2	0
3. Pojęcie i charakter konkurencji na rynku mediów masowych. Strategie firm medialnych.					1	2	0
4. Ekonomiczna analiza sektora muzycznego.					1	2	0

5. Ekonomiczna analiza rynku telewizji		1	2	0	
6. Ekonomiczna analiza rynku radia.		1	2	0	
7. Ekonomiczna analiza rynku prasy.		1	2	0	
8. Media tradycyjne a elektroniczne ? rola Internetu		1	1	0	
Forma zaj : konwersatorium					
1. Ekonomiki mediów ? cele, funkcjonowanie zasady. Zarz dzenie mediami.		1	2	0	
2. Rynku informacyjny a media.		1	2	0	
3. Konkurencja na rynku mediów. Strategie firm medialnych.		1	2	0	
4. Ekonomiczna analiza sektora muzycznego.		1	2	0	
5. Ekonomiczna analiza rynku telewizji		1	2	0	
6. Ekonomiczna analiza rynku radia.		1	2	0	
7. Ekonomiczna analiza rynku prasy.		1	2	0	
8. Media tradycyjne a elektroniczne ?dyskurs praktyczny		1	1	0	
Metody kształcenia	Wykład, Dyskusja moderowana przez prowadz cego konwersatorium, Okre lenie i rozwi zanie konkretnego problemu ekonomicznego zwi zanego z funkcjonowaniem mediów, wykorzystanie case study do analizy				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenia wykładu i konwersatorium maj charakter sprawdzianów pisemnych opartych na sprawdzeniu wiedzy teoretycznej i rozwi zaniu studium przypadku. Student jest zobowi zany do udzielenia prawidłowych pyta zadanych do studium. Pytania nawi zuj zarówno do tre ci teoretycznych jak i praktycznego przykładu podanego w studium przypadku. Wymaganym elementem zaliczenia przedmiotu jest aktywno studenta, która jest indywidualnie oceniana przez nauczyciela prowadz cego wiczenia. Aktywno obejmuje nast puj ce działania studenta: uczestnictwo w organizowanych przez Katedr spotkaniach z praktykami - Business hours, aktywno na zaj ciach wiczeniowych (zgłaszanie si do odpowiedzi, wyra nianie komentarzy czy opinii do omawianych tematów), aktywno na stronie Facebook prowadzonej przez Katedr w zakresie omawianego przedmiotu oraz inne działania podejmowane samodzielnie przez studenta w ramach przedmiotu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest redni arytmetyczn oceny z zaliczenia konwersatorium i oceny z wykładu.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	ekonomika mediów		Ważona	
	1	ekonomika mediów [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
	1	ekonomika mediów [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
Literatura podstawowa	Nierenberg, B. (2011): Zarz dzenie mediami. Uj cie systemowe, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiello skiego, Kraków				
Literatura uzupełniają ca	Kowalski, T. (2008): Mi dzy twórczo ci a biznesem. Wprowadzenie do zarz dzenia w mediach i rozrywce, WaiP, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	4		0		
Studiowanie literatury	4		0		

Udział w konsultacjach	7	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: etyka dziennikarska w teorii i praktyce (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_7S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wykład	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr BOGDAN BALICKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest wprowadzenie do etyki szczegółowej (etyka zawodowa dziennikarzy), postrzeganej w szerszym kontek cie nauk o moralno ci. Wykształcenie umiej tno ci i kompetencji, które pozwol na zachowanie wysokich standardów etycznych w pracy dziennikarskiej, jak równie w całej przestrzeni społecznego komunikowania si człowieka.					
Wymagania wst pne:		Wiedza z zakresu historii filozofii, prawa autorskiego, opinii publicznej, wiedzy o kulturze na poziomie studiów I stopnia.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student posiada wiedz z zakresu etyki dziennikarskiej (etyka szczegółowa) w szerszym kontek cie nauk o moralno ci, komunikowaniu społecznym i kulturze współczesnej.			K_W01 K_W12	
	2	EP2	Student zna podstawow terminologi z zakresu etyki, definiuje poj cia z zakresu dyscypliny szczegółowej, zna i rozumie zasady etyki zawodowej dziennikarzy (kodeksy mi dzynarodowe i krajowe).			K_W05	
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi analizowa zachowania ludzi (szczególnie grupy zawodowej dziennikarzy), postawy i zjawiska społeczne w aspekcie etycznym, wykorzystuj c w tym celu wiedz przedmiotow .			K_U05	
	2	EP4	Student potrafi wykorzysta wiedze przedmiotow do odbioru tekstów medialnych.			K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student ma wiadomo wagi zagadnie etycznych w pracy dziennikarza, potrafi je definiowa i rozstrzyga .			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: etyka dziennikarska w teorii i praktyce							
Forma zaj : wykład							
1. Etyka - wprowadzenie do przedmiotu: podstawowe terminy, główne nurty w rozwoju my li etycznej.					3	3	0
2. Podstawy deontologii dziennikarskiej; kodeksy etyczne; regulacje etyczne krajowe i mi dzynarodowe.					3	3	0
3. Media deontologiczne i teleologiczne.					3	3	0
4. Prawda i obiektywno w pracy diennikarza; rzetelno c dziennikarska.					3	3	0

5. Dziennikarz w społeczeństwie - wolno i odpowiedzialno dziennikarza.		3	3	0	
Metody kształcenia	wykład - metody podaj ce				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywna ocena ze kolokwium pisemnego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocena z przedmiotu = ocenie ze sprawdzianu pisemnego				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	etyka dziennikarska w teorii i praktyce		Ważona	
	3	etyka dziennikarska w teorii i praktyce [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J. Pleszczyński (2007): Etyka dziennikarska, Difin, Warszawa				
	P. Czarnecki (2008): Etyka mediów, Difin, Warszawa				
	red. E. Pawlak-Hejno, J. Pleszczyński (2012): Etyka dziennikarska. Edukacja. Teoria. Praktyka, Wyd. UMCS, Lublin				
	W. Rivers, M. Clewe (2007): Etyka środków przekazu, Wyd. PAX, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	C.-J. Bertrand (2007): Deontologia mediów, Instytut Wyd. PAX, Warszawa				
	I. Dobosz (2008): Prawo i etyka w zawodzie dziennikarza, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zajęć	3		0		
Studiowanie literatury	3		0		
Udział w konsultacjach	3		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: etyka w mediach (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_46S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 4 - j język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	konwersatorium	20	0	E	4
Razem			20			4
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI				
Prowadzący zajęcia:		dr BOGDAN BALICKI				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedzą z zakresu etyki komunikowania, zwłaszcza komunikowania publicznego. Wykształcenie umiejętności i kompetencji, które pozwolą na zachowanie wysokich standardów etycznych w komunikowaniu społecznym w przestrzeni publicznej, a jednocześnie pogłębienie wiedzy dotyczącej norm etycznych odnoszących się do funkcjonowania mediów w społeczeństwie (deontologia mediów, misyjność mediów, regulacje etyczne europejskie dotyczące przekazów medialnych związanych z problemami współczesnego świata, np. uchodzący w mediach, terroryzm w mediach etc.).				
Wymagania wstępne:		Wiedza z etyki dziennikarskiej, komunikacji kulturowej i medialnej, filozofii - realizowanych podczas studiów I stopnia.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student posiada pogłębioną i poszerzoną wiedzę z etyki publicznego, a w szczególności mediów, w kontekście nauk o moralności, ładu demokratycznego i cyfrowej rzeczywistości współczesnego świata; zna i rozumie stosowne regulacje międzynarodowe i krajowe.			K_W01
	2	EP2	Student zna specjalistyczną terminologię z zakresu etyki mediów w kontekście nauk o moralności, o kulturze, o demokracji.			K_W10 K_W12
umiejętności	1	EP3	Student potrafi analizować i interpretować zachowania ludzi, postawy i zjawiska społeczne w aspekcie etycznym, wykorzystując w tym celu wiedzę przedmiotową.			K_U03 K_U11
	2	EP5	Student potrafi doskonalić swoją wiedzę przedmiotową i umiejętności etycznej oceny pracy innych.			K_U12
kompetencje społeczne	1	EP6	Student jest gotów do pełnienia roli zawodowej w dziedzinie dziennikarstwa i mediów zachowując wysokie standardy			K_K04
	2	EP7	Potrafi wykorzystać kompetencje etyczne do działania na rzecz poprawy jakości dyskursu publicznego i współpracy w środowisku przedsiębiorstw medialnych.			K_K03
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: etyka w mediach						

Forma zaj : konwersatorium						
1. Komunikacja publiczna - komunikacja medialna; komunikowanie informacyjne i perswazyjne; wyja nienie poj , kontekstualizacja.			4	2	0	
2. Wolno słowa i wolno my li.			4	2	0	
3. Media rdłem zagro e w kontek cie deontologicznym.			4	2	0	
4. Ekonomia mediów a etyczny aspekt mediów.			4	2	0	
5. Aspekt etyczny zwi zku mediów i władzy (propaganda w mediach).			4	2	0	
6. Mowa nienawi ci w przestrzeni publicznej i medialnej.			4	2	0	
7. Etyka informacji - informacja a manipulacja.			4	4	0	
8. Media a demokracja (misyjny i etyczny aspekt mediów - funkcje mediów).			4	2	0	
9. Etyczne aspekty przekazów medialnych dotycz cych problemów współczesnego wiata.			4	2	0	
Metody kształcenia		metody konwersatoryjne - dyskusja na podstawie literatury przedmiotu; analiza tekstów prasowych, radiowych, telewizyjnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu	
		EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP6	
		PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP5,EP6,EP7	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia		zaliczenie przedmiotu - na podstawie pracy pisemnej, egzaminu i weryfikacji przez obserwacj				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		praca pisemna przedmiot ko czy si egzaminem egzamin ma posta sprawdzianu pisemnego ocena z przedmiotu = ocena ze sprawdzianu pisemnego (40%) + ocena pracy pisemnej (40%) + weryfikacja przez obserwacj (20%)				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		4	etyka w mediach		Wa ona	
		4	etyka w mediach [konwersatorium]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa		A. Szewczyk (2008): Problemy moralne w wiecie informacji, Difin, Warszawa				
		B. Dobek-Ostrowska (2009): Komunikowanie polityczne i publiczne, Wyd Naukowe PWN, Warszawa				
		K. Najder-Stefaniak (2009): O komunikowaniu z perspektywy etyki, Wyd. SGGW, Warszawa				
		P. Czarnecki (2008): Dylematy etyczne współczesno ci, Difin, Warszawa				
		P. Czarnecki (2008): Etyka mediów, Difin, Warszawa				
		W. L. Rivers, C. Mathews (1995): Etyka rodków przekazu, Wyd. Artystyczne i filmowe, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca		T. Goban-Klas (2005): Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia i telewizji, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zaj cia dydaktyczne		20		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		5		0		
Przygotowanie si do zaj		20		0		
Studiowanie literatury		15		0		
Udział w konsultacjach		11		0		

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	19	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF4: Kreacja wizerunku [moduł]							
Nazwa przedmiotu: etykieta w komunikacji publicznej i medialnej (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_61S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wiczenia	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JOLANTA IGNATOWICZ-SKOWRO SKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JOLANTA IGNATOWICZ-SKOWRO SKA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z wiedz z zakresu etykiety w komunikacji publicznej i medialnej oraz kształcenie praktycznych umiej tno ci komunikowania z uwzgl dnieniem norm rodowiska komunikacyjnego.					
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza z zakresu komunikacji j zykowej					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student zna zagadnienia etykiety w komunikacji publicznej i medialnej			K_W03	
umiej tno ci	1	EP2	student potrafi wykorzysta wiedz z zakresu etykiety w komunikacji publicznej i medialnej w ró nych sytuacjach			K_U03 K_U04 K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP3	student jest zdolny do krytycznej oceny własnej wiedzy z zakresu etykiety w komunikacji publicznej i medialnej			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: etykieta w komunikacji publicznej i medialnej							
Forma zaj : wiczenia							
1. Podstawowe poj cia grzeczno ci j zykowej, etykiety, w tym etykiety dyplomatycznej, protokołu i ceremoniałów					1	2	0
2. Podstawowe zasady etykiety j zykowej					1	2	0
3. Podstawowe zasady etykiety dyplomatycznej					1	2	0
4. Ró ne aspekty etykiety w komunikacji publicznej i medialnej					1	9	0
Metody kształcenia		praca z tekstem, dyskusja					
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusu	
		KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3	
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3	

Forma i warunki zaliczenia	E zaliczenie przedmiotu - na podstawie kolokwium zaliczeniowego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	przedmiot ko czy si kolokwium zaliczeniowym ocena z przedmiotu = 100% oceny z kolokwium zaliczeniowego				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	etykieta w komunikacji publicznej i medialnej		Wa ona	
	1	etykieta w komunikacji publicznej i medialnej [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Julian Sutor (2016): Etykieta dyplomatyczna z elementami protokołu i ceremoniałów, Warszawa 2016				
	Małgorzata Marcjanik (1997): Polska grzeczno j zykowa, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Literatura uzupełniaj ca zostanie podana na zaj ciach :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	5		0		
Studiowanie literatury	6		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	14		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: formy wypowiedzi dziennikarskiej w telewizji (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIJ3079_6S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		mgr MIROSLAW SALSKI					
Prowadzący zajęcia:		mgr MIROSLAW SALSKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z wszelkimi formami wypowiedzi dziennikarskiej realizowanych w telewizji ze szczególnym uwzględnieniem ich specyfiki i odrębności o obszarze gatunków dziennikarskich					
Wymagania wstępne:		Ogólna wiedza o mediach oraz zaliczenie zajęć z gatunków dziennikarskich (informacja i publicystyka)					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	student zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane obszary wiedzy ogólnej z zakresu form wypowiedzi dziennikarskiej w telewizji			K_W01	
umiejętności	1	EP2	student potrafi wyszukiwać, pozyskiwać, selekcjonować, analizować i scalać informacje oraz oceniać ich źródła w odniesieniu do dziennikarstwa telewizyjnego i jego form			K_U01	
	2	EP3	student potrafi przygotować i prowadzić debatę telewizyjną z zakresu ekonomii i finansów			K_U09	
kompetencje społeczne	1	EP4	student jest gotów do uznawania prymatu wiedzy w rozwiązywaniu złożonych problemów poznawczych i praktycznych oraz w razie konieczności do konsultowania ich ze specjalistami			K_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: formy wypowiedzi dziennikarskiej w telewizji							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. funkcje dziennikarstwa jako punkt wyjścia przy redagowaniu programu telewizyjnego					3	2	0
2. relacja na żywo					3	2	0
3. wywiad dziennikarski					3	2	0
4. program studyjny i studyjno-filmowy					3	2	0
5. transmisja telewizyjna					3	2	0
6. telewizyjne formy filmowe: relacja, felieton, reportaży, film dokumentalny					3	2	0
7. oferta programowa i jej układ ramowy					3	2	0

8. etyka zawodowa dziennikarza telewizyjnego i odpowiedzialno nadawcy za przekazywane tre ci		3	1	0	
Metody kształcenia	- prezentacja multimedialna - analiza form telewizyjnych z dyskusj				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunkiem zaliczenia jest praca pisemna oraz aktywno na zaj ciach				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa (ocena koordynatora) = rednia ocena za prac pisemn i aktywno na zaj ciach				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	formy wypowiedzi dziennikarskiej w telewizji		Wa ona	
	3	formy wypowiedzi dziennikarskiej w telewizji [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Salski M. (2014): Dziennikarz na wizji, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin				
	W. Godzic (2001): Rozumie telewizj , Kraków				
Literatura uzupełniaj ca	D. Dajan, E. Katz (2008): Wydarzenia medialne, historia transmitowana na ywo, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0			
Przygotowanie si do zaj	10	0			
Studiowanie literatury	10	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: gatunki dziennikarskie (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_72S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	E	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z genologi dziennikarsk , zarówno w mediach drukowanych, jak i elektronicznych. Student powinien posi umiej tno zastosowania wiedzy teoretycznej w praktyce, czyli powinien przygotowa samodzielnie, na zadany temat, materiał informacyjny lub publicystyczny.					
Wymagania wst pne:		Student ma podstawow wiedz z zakresu funkcjonowania mediów masowych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma pogł bion i uporz dkowan wiedz z zakresu medioznawstwa, szczególnie genologii			K_W06 K_W07	
	2	EP2	Ma uporz dkowan i pogł bion wiedz z zakresu struktury wypowiedzi medialnej, krytycznej analizy dyskursu medialnego, etyki i etykiety w komunikacji medialnej, genologii dziennikarskiej			K_W05	
umiej tno ci	1	EP3	Potrapi wyszukiwa , pozyskiwa , selekcjonowa , analizowa i scala informacje			K_U01	
	2	EP4	Potrapi okre li znaczenie, funkcj i miejsce wytworów kultury, ze szczególnym uwzgl dnieniem przekazów medialnych, w kontek cie historyczno-kulturowym i społecznym			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	Ma wiadomo odpowiedzialno ci za dziedzictwo kulturowe regionu obecne w przekazach medialnych			K_K03	
	2	EP6	Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy, równie etyczne, zwi zane z wykonywaniem zawodu dziennikarza			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: gatunki dziennikarskie							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Ogólny podział gatunków dziennikarskich. Informacja, publicystyka, gatunki pogranicza					2	2	0
2. Budowa materiału dziennikarskiego i jego miejsce w gazecie, czasopi mie i audycji					2	2	0
3. Gatunki informacyjne (teoria i praktyka)					2	2	0
4. Gatunki publicystyczne (teoria i praktyka)					2	2	0

5. Reporta - rodzaje i współczesne przemiany (teoria i praktyka)		2	2	0	
6. Wywiad - wymogi redakcyjne i taktyki dziennikarskie		2	2	0	
7. Gatunki dziennikarskie w nowych mediach		2	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne oparte na przykładach (studia przypadków) Analiza tekstów Praca w grupach Praca samodzielna na bieżąco kontrolowana i korygowana przez prowadzącego				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) = ocena z egzaminu pisemnego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	zaliczenie przedmiotu: pozytywne zdanie egzaminu (100%)				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	gatunki dziennikarskie		Ważona	
	2	gatunki dziennikarskie [konwersatorium]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa	K. Wolny-Zmorzyński (2006): Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język, Warszawa				
	L. Taylor, A. Willis (2006): Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy, Kraków				
	M. Wojtak (2008): Analiza gatunków prasowych, Lublin				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	6	0			
Studiowanie literatury	3	0			
Udział w konsultacjach	12	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	12	0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF3: Glokalno [moduł]							
Nazwa przedmiotu: globalizacja a lokalno (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_54S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Przedstawienie współczesnego wiata w perspektywie działania dwóch przeciwstawnych sił: globalizacji i lokalno ci.					
Wymagania wst pne:		Potoczne rozumienie takich poj , jak globalizacja, lokalno , regionalizm itp.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada uporz dkowan i poszerzon wiedz o wpływie globalizacji na kultur w XXI wieku.			K_W01	
	2	EP2	Ma szczegółów wiedz o komunikowaniu mi dzykulturowym w perspektywie globalizacji.			K_W03	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi zastosowa wiedz o globalizacji do formułowania wypowiedzi dziennikarskich.			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP4	Uznaje prymat wiedzy w rozwi zywananiu problemów naukowych i praktycznych zwi zanych z poj ciami globalno ci i lokalno ci.			K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: globalizacja a lokalno							
Forma zaj : wykład							
1. Glokalizacja - lokalne przejawy globalizacji.					1	3	0
2. Kulturowe i społeczne skutki globalizacji.					1	2	0
3. Globalizacja a kultura masowa.					1	2	0
4. Glokalno a dost p do informacji.					1	2	0
5. Dziennikarze wobec globalizacji.					1	2	0
6. Symptomy globalizacji w mediach lokalnych.					1	2	0
7. Kierunki rozwoju glokalizacji.					1	2	0
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, wykład, dyskusja, prace pisemne.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN					EP1,EP2,EP3,EP4
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA					EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunkiem zaliczenia są pozytywne oceny ze sprawdzianu i pracy pisemnej					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena końcowa to średnia ocen ze sprawdzianu (50%) i pracy pisemnej (50%).					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej	
	1	globalizacja a lokalno		Nieobliczana		
	1	globalizacja a lokalno [wykład]	zaliczenie z ocen			
Literatura podstawowa	J. Urry (2009): Socjologia mobilności, PWN, Warszawa					
	T. Judt (2011): Ile ma się kraj. Rozprawa o naszych współczesnych bolączkach, Czarne, Wołowiec					
	Z. Bauman (1997): Glokalizacja, czyli komu globalizacja, komu lokalizacja, Studia Socjologiczne, nr 3					
Literatura uzupełniająca	A. Giddens (2008): Konsekwencje nowoczesności, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków					
	R. Sennett (2006): Korozja charakteru. Osobiste konsekwencje pracy w nowym kapitalizmie, Muza, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		0	
Przygotowanie się do zajęć			7		0	
Studiowanie literatury			8		0	
Udział w konsultacjach			8		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			5		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			5		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.			50			
Liczba punktów ECTS			2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: główne nurty literatury wiatowej i polskiej XX i XXI wieku (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_78S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	30	0	E	4	
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. JERZY MADEJSKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z najwa niejszymi nurtami i tendencjami literatury wiatowej i polskiej XX oraz XXI wieku oraz kształcenie umiej tno ci dyskursywnych z wykorzystanie wiedzy przedmiotowej.					
Wymagania wst pne:		Orientacja w epokach literackich (z punktu widzenia literatury polskiej). Gotowo do dyskusji na temat utworów literackich.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	W pogł bionym stopniu zna najwa niejsze nurty, tendencje i gatunki literatury polskiej i wiatowej XX i XXI wieku.			K_W01	
	2	EP2	W pogł bionym stopniu zna metody analizy i interpretacji współczesnego tekstu literackiego.			K_W05	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi oceni znaczenie, funkcj i miejsce utworów literackich nale cych do głównych nurtów literatury polskiej i wiatowej XX i XXI wieku.			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP4	Krytycznie ocenia własn wiedz i umiej tno ci z zakresu współczesnej literatury polskiej i wiatowej XX i XXI wieku.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: główne nurty literatury wiatowej i polskiej XX i XXI wieku							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Mi dzy nowoczesno ci a pó n nowoczesno ci . Wprowadzenie do najwa niejszych zagadnie literatury XX i XXI wieku (na wiecie i w Polsce)					3	2	0
2. Modernizm w prozie na pocz tku XX wieku (Marcel Proust, James Joyce, Thomas Mann)					3	2	0
3. Powie młodopolska (Stefan eromski, Władysław Reymont, Waław Berent)					3	2	0
4. Poezja ameryka skiego modernizmu (Ezra Pound, Thomas S. Eliot, Wallace Stevens)					3	2	0
5. Wybrane pr dy poezji okresu Młodej Polski: dekadentyzm, symbolizm, ekspresjonizm, impresjonizm, katastrofizm					3	2	0
6. Mi dzy dwiema wojnami. Wybitni twórcy literatury wiatowej w latach 1918?1939 (Franz Kafka, Michaił Bułhakow, William Faulkner i in.)					3	2	0
7. Polska proza kobiet w okresie dwudziestolecia mi dzywojennego (Zofia Nałkowska, Maria D browska, Maria Kuncewiczowa i in.)					3	2	0

8. Najwa niejsze polskie grupy literackie w dwudziestoleciu mi dzywojennym (Skamander, futury ci, Awangarda Krakowska, Meteor, Kwadryga, agary)	3	2	0
9. Wojna i Holocaust. ?Dziennik? Anny Frank jako przyklad literatury autobiograficznej	3	2	0
10. Reporta w literaturze wiatowej i polskiej. Klasyczni przedstawiciele gatunku (Egon Erwin Kisch i Ryszard Kapu ci ski)	3	2	0
11. Gatunki popularne: fantastyka naukowa (Isaac Asimov, Philip K. Dick, Stanislaw Lem)	3	2	0
12. Gatunki popularne: kryminał (Raymond Chandler, Agata Christie, Joe Alex)	3	2	0
13. Gatunki popularne: horror (Howard Phillips Lovecraft, Stephen King, Anne Rice)	3	2	0
14. Auto/bio/geo/grafie jako najwa niejszy nurt polskiej literatury wspolczesnej? (Andrzej Stasiuk, Olga Tokarczuk, Krzysztof Varga)	3	2	0
15. Dominacja non-fiction: reporta e, wywiady-rzeki, biografie (na przyklad: Wojciech Tochman ?Dzisiaj narysujemy mier "; Wladyslaw Bartoszewski, Michal Komar ?Wladyslaw Bartoszewski. Wywiad rzeka?; Klementyna Suchanow, ?Ja. Gombrowicz?)	3	2	0

Metody kształcenia	Wykład konwersatoryjny, analiza i interpretacja tekstu literackiego, dyskusja		
--------------------	-------------------------------------------------------------------------------	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusa
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2,EP3,EP4
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3,EP4

Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zdanie egzaminu i napisanie poprawnego kolokwium zaliczeniowego.		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si ocenie z egzaminu.		

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	główne nurty literatury wiatowej i polskiej XX i XXI wieku			Wa ona
	3	główne nurty literatury wiatowej i polskiej XX i XXI wieku [konwersatorium]		egzamin	1,00

Literatura podstawowa	A. Benoit-Dusausoy, G. Fontaine (2009): Literatura Europy. Historia literatury europejskiej, słowo/obraz terytoria, Gda sk
	J. Kwiatkowski (2002): Dwudziestolecie mi dzywojenne, PWN, Warszawa
	J. Tomkowski (2009): Dzieje literatury powszechnej, wiat Ksi ki, Warszawa
	P. Czapli ski (2009): Polska do wymiany. Pó na nowoczesno i nasze wielkie narracje, W.A.B., Warszawa

Literatura uzupełniaj ca	S. Bere (2002): Historia literatury polskiej w rozmowach. XX–XXI wiek, W.A.B., Warszawa
--------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3	0
Przygotowanie si do zaj	20	0
Studiowanie literatury	20	0
Udział w konsultacjach	15	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	12	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF3: Glokalno [moduł]							
Nazwa przedmiotu: gospodarka globalna a gospodarka lokalna (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2862_55S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. BARBARA KRYK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. BARBARA KRYK					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z wiedz na temat zmian zachodz cych w gospodarce wiatowej w XXI wieku, zrozumienie ich przyczyn oraz zapoznane z wybranymi zagadnieniami gospodarki lokalnej					
Wymagania wst pne:		Znajomo zagadnie ogólnospołecznych i ogólnogospodarczych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna w pogł bionym stopniu zjawiska zachodz ce w gospodarce wiatowej i lokalnej			K_W02	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi analizowa przyczyny, przebieg i skutki ró nych procesów zachodz cych w gospodarce wiatowej oraz na poziomie regionalnym			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP3	rozumie potrzeb ci głęego doskonalenia nabytej wiedzy i umiej tno ci			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: gospodarka globalna a gospodarka lokalna							
Forma zaj : wykład							
1. Istota procesu globalizacji					1	2	0
2. Czynniki wpływaj ce na rozwój gospodarki globalnej					1	3	0
3. Atrakcyjno lokalizacyjna krajów w globalnej gospodarce					1	2	0
4. Globalizacja a glokalizacja					1	2	0
5. Czynniki i bariery rozwoju regionalnego i lokalnego					1	1	0
6. Finanse samorz du regionalnego i lokalnego					1	1	0
7. Wybrane zagadnienia konkurencyjno ci gospodarki regionalnej i lokalnej.					1	2	0
8. Idee inteligentnego rozwoju i smart city jako wymiar innowacyjno ci					1	2	0
Metody kształcenia		prezentacja ppt, analiza problemów w drodze dyskusji					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z kolokwium jest oceną zaliczającą z zajęć, a jednocześnie nie oceną ostateczną koordynatora przedmiotu.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Należy zdobyć co najmniej 51% punktów by zaliczyć kolokwium. Ocena ta jest oceną na zaliczenia i oceną ostateczną koordynatora.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	gospodarka globalna a gospodarka lokalna		Ważona		
	1	gospodarka globalna a gospodarka lokalna [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	Kuciński K. (red.) (2014): Globalizacja, Difin, Warszawa					
	Orłowski R., Wołkiewicz K. (2012): Globalizacja i regionalizacja w gospodarce światowej, PWE, Warszawa					
Literatura uzupełniająca	Borkiewicz A., Wołkiewicz U. (red.) : Rozwój w dobie globalizacji, PWE, Warszawa 2010					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zajęcia dydaktyczne	15		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0			
Przygotowanie się do zajęć	2		0			
Studiowanie literatury	7		0			
Udział w konsultacjach	10		0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15		0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50					
Liczba punktów ECTS	2					

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: instrumentarium badawcze mediów (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_30S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem zajęć jest nabycie pogłębionej wiedzy z zakresu metod, technik i narzędzi badania rodzajów masowego przekazu, nabycie praktycznych umiejętności interpretacji wiata, procesów komunikacyjnych i społecznych w kategoriach nauki o mediach ? ze szczególnym uwzględnieniem metod ilościowych i jakościowych.				
Wymagania wstępne:		Znajomość na poziomie podstawowym zagadnień dotyczących metod badań medjoznawczych, analizy mediów, gatunków dziennikarskich i analizy dyskursu medialnego				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma szczegółową wiedzę o sposobach charakteryzowania mediów oraz o metodach ich badania, dysponuje pogłębioną znajomością metod, technik i narzędzi badawczych właściwych dla medjoznawstwa i komunikologii oraz wiedzą o metodach i narzędziach właściwych dla dyscyplin pokrewnych		K_W05	
	2	EP2	ma rozszerzoną wiedzę dotyczącą teoretycznych podstaw metod badawczych wykorzystywanych w analizie przekazu medialnego, ze szczególnym uwzględnieniem analizy dyskursu medialnego i analizy zawartości		K_W03	
umiejętności	1	EP3	potrafi analizować i oceniać zjawiska z obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej z uwzględnieniem teoretycznej i metodologicznej podbudowy; stosuje odpowiednio dobrany metod badawczy		K_U02	
	2	EP4	potrafi twórczo zaprojektować medialny projekt badawczy, z wykorzystaniem samodzielnie zdobytej wiedzy i rozszerzonych kompetencji badawczych właściwych dla studiowanych dyscyplin;		K_U06	
	3	EP5	potrafi współpracować w grupie, przyjmując w niej różne role i rozwijać złożone problemy związane z analizą przekazu w mediach		K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP6	potrafi krytycznie ocenić swoją wiedzę o mediach w oparciu o naukowy aparat teoretyczny		K_K01 K_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: instrumentarium badawcze mediów						

Forma zaj : konwersatorium					
1. 1. Metody i techniki bada ? wprowadzenie: metody bada humanistycznych, społecznych i medioznawczych; metody i techniki bada ; metody jako ciowe i ilo ciowe (badania o charakterze opisowym i problemowym, istota hipotezy i pytania badawczego); proces badawczy.		1	2	0	
2. 2. Metody bada mediów elektronicznych: telemetria (metodologia przeprowadzania bada); słuchalno radia (instytucje przeprowadzaj ce badania oraz metoda badawcza); internet (instytucje przeprowadzaj ce badania oraz metoda badawcza); badania sonda owe. Badania sonda owe w badaniach mediów: wywiad i ankieta (zasady budowania kwestionariusza ankiety).		1	3	0	
3. 3. Analiza zawarto ci w badaniach medioznawczych: kategorie analityczne; dobór próby; klucz kategoryzacyjny; kodowanie; tre ci jawne i ukryte.		1	2	0	
4. 4. Analiza dyskursu jako metoda badawcza - sformułowanie celu badawczego, postawienie hipotezy, wybrane elementy analizy, autor, nadawca, twórca, uczestnik dyskursu, adresat, kontekst, gatunek, formuła, format medialny.		1	2	0	
5. 5. Prezentacja projektów badawczych opracowanych przez studentów w grupach.		1	6	0	
Metody kształcenia	Podaj ce; problemowe aktywizuj ce; praktyczne				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIMUM				EP1,EP2,EP3
	PROJEKT				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunkiem zaliczenia s pozytywne oceny z aktywno ci na zj ciach, projektu i kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocena ko cowa na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za okrelone dziaania i prace studenta: 50% ocena z prezentacji projektu badawczego; 25% pisemne kolokwium sprawdzaj ce (pytania otwarte i zamkni te); 25% aktywno na zj ciach				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	instrumentarium badawcze mediów		Wagona	
	1	instrumentarium badawcze mediów [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J. Fiske (1999): Wprowadzenie do bada nad komunikowaniem, Wrocław				
	M. Lisowska-Magdziarz (2006): Analiza tekstu w dyskursie medialnym. Przewodnik dla studentów, Kraków				
	M. Lisowska-Magdziarz (2004): Analiza zawarto ci mediów. Przewodnik dla studentów, Kraków				
	R. D. Wimmer, J.R. Dominick (2008): Mass media. Metody bada , Kraków				
	(red.) T. Gackowski (2011): Zawarto mediów, czyli rozwa ania nad metodologi bada medioznawczych, Warszawa				
	(red.) T. Gackowski (2014): Metodologie bada medioznawczych, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	L. Taylor, A. Willis (2006): Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy, Kraków				
	M. Banks (2009): Materiały wizualne w badaniach jako ciowych, Warszawa				
	W. Pisarek (1993): Analiza zawarto ci prasy, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie si do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	10		0		

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: instrumentarium badawcze nauk ekonomicznych (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2861_31S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie studentom zasobu wiedzy, umiejętności i kompetencji metodologicznych niezbędnych do rozwiązywania problemów ekonomicznych poprzez formułowanie celów, stawianie tezy i hipotez badawczych oraz dobór instrumentarium badawczego.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, umiejętności pracy w grupie.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma pogłębić i uporządkować wiedzę z zakresu ekonomii, jej specyfiki, teorii i metodologii			K_W02	
	2	EP2	Student zna na poziomie rozszerzonym terminologię z zakresu metodologii badań ekonomicznych			K_W02 K_W03	
umiejętności	1	EP3	Rozumie, analizuje i ocenia zjawiska ekonomiczne z wykorzystaniem różnych metod oraz zawansowanego dorobku teoretycznego			K_U03	
	2	EP5	Potrafi współpracować w grupie, przyjmując w niej rolę i rozwijając różne problemy społeczno-ekonomiczne.			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP4	Rozumie potrzeby ustawicznego doskonalenia swoich kompetencji komunikacyjnych i zarządczych oraz inspirowania i organizowania procesu kształcenia innych osób.			K_K02 K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: instrumentarium badawcze nauk ekonomicznych							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Podstawowe pojęcia (metodologia badań ekonomicznych, metody badań, metoda i metodyka, istota metody naukowej i nienaukowej poznania, rodzaje naukowych metod rozwiązywania problemów, cechy współczesnych badań naukowych, główny przedmiot badań w naukach ekonomicznych, stan współczesnej wiedzy ekonomicznej)					1	2	0
2. Rozwój wiedzy ekonomicznej (historyczny rozwój teorii i doktryn ekonomicznych, współczesne nauki ekonomiczne, struktura i paradygmat ekonomii głównego nurtu, światowa klasyfikacja współczesnych dyscyplin ekonomicznych, powiązania ekonomii z innymi dziedzinami wiedzy, najnowsze trendy badań ekonomicznych)					1	2	0
3. Rola metodologii w rozwoju badań ekonomicznych (znaczenie rozwiązań metodologicznych w badaniach naukowych, falsyfikacja jako główne podejście metodologiczne w wyjaśnianiu problemów ekonomicznych, istota i elementy naukowego badania ekonomicznego, metody, dostosowanie charakteru metody do ekonomicznej dyscypliny badawczej)					1	1	0

4. Formułowanie ekonomicznych problemów badawczych (pojęcie: problem, problematyka, temat, tematyka, sprecyzowany problem jako punkt wyjścia badania ekonomicznego, główne rodzaje współczesnych problemów ekonomicznych, podmioty odpowiedzialne za rozwiązywanie problemów ekonomicznych, obszar i przedmiot badania ekonomicznego, istota i cechy ekonomicznego problemu badawczego)	1	2	0
5. Istota i proces badania ekonomicznego (badania ekonomiczne o charakterze naukowym i nienaukowym, uniwersalne elementy i cechy badania naukowego, specyfika badań w naukach ekonomicznych, definiowanie pojęć i zjawisk ekonomicznych, klasyfikacja i kategoryzacja zjawisk ekonomicznych, funkcje czynności w ekonomicznym badaniu naukowym)	1	2	0
6. Techniki i instrumenty badań ekonomicznych (dobór instrumentów i technik badawczych do specyfiki tematu, rodzaj opisów zjawisk gospodarczych, opis różnorodności i podobieństw, rodzaj opisu struktury i dynamiki zjawisk oraz procesów ekonomicznych, techniki pomiaru i rejestracji zdarzeń gospodarczych - badania empiryczne i ustalenia szacunkowe)	1	3	0
7. Źródła wiedzy i danych (rodzaje źródeł wiedzy ekonomicznej, proporcje wykorzystania źródeł, korzystanie z naukowych czasopism ekonomicznych, ekonomicznych baz danych, internetowych źródeł wiedzy ekonomicznej, z raportów rocznych przedsiębiorstw, rankingów, specjalnych opracowań o rodzajach analitycznych badań rynkowych)	1	2	0
8. Racjonalne rozumowanie ekonomiczne (racjonalizm ekonomiczny, poznanie za pomocą rozumowania, poznanie za pomocą doświadczenia, rodzaje racjonalnego myślenia, kryteria prawdy: dowody materialne i dowody formalne, rodzaje racjonalnego poznania)	1	1	0

Metody kształcenia	dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupie				
--------------------	-----------------------------------------------------	--	--	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)				EP3,EP4,EP5

Forma i warunki zaliczenia	Ocena zaliczeniowa z konwersatorium na podstawie pisemnego kolokwium oraz weryfikacji przez obserwację /				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ostateczna na podstawie pisemnego kolokwium (80%) oraz weryfikacji przez obserwację (20%).				

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	instrumentarium badawcze nauk ekonomicznych		Ważona	
	1	instrumentarium badawcze nauk ekonomicznych [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa	Kazimierz Kuciński (2010): Metodologia nauk ekonomicznych. Dylematy i wyzwania, Difin, Warszawa				
	Łukasz Sułkowski (2012): Epistemologia i metodologia zarządzania, PWE, Warszawa				
	Marc Blaug, (1995): Metodologia ekonomii., Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Maria Sławińska i Hubert Witczak (2008): Podstawy metodologiczne prac doktorskich w naukach ekonomicznych., PWE, Warszawa				

Literatura uzupełniająca	Jerzy Apanowicz, (2005): Metodologiczne uwarunkowania pracy naukowej, Difin, Warszawa				
--------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0
Przygotowanie się do zajęć	5	0
Studiowanie literatury	8	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	12	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: integracja europejska (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_22S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wykład	15	0	ZO	1	
Razem			15			1	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z historią oraz zasadami funkcjonowania Unii Europejskiej					
Wymagania wstępne:		Ogólna wiedza o historii Europy XX i XXI wieku (na poziomie szkoły średniej)					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie strukturę Unii Europejskiej oraz funkcje poszczególnych instytucji unijnych			K_W09	
umiejętności	1	EP2	wyszukuje oraz krytycznie analizuje i ocenia informacje dotyczące bieżących działań Wspólnoty Europejskiej			K_U04	
	2	EP3	przewiduje oraz interpretuje skutki dyrektyw unijnych na życie społeczne i ekonomiczne w Polsce w kontekście prowadzenia przedsiębiorstwa medialnego			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	rozumie idee i zasady wspólnotowości w różnych aspektach życia społecznego, ekonomicznego, kulturowego			K_K03	
	2	EP5	stosownie identyfikuje i rozstrzyga dylematy służące do realizacji zaplanowanych przez siebie zadań			K_K04	
TREŃCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: integracja europejska							
Forma zajęć : wykład							
1. Historia Wspólnoty Europejskiej					3	2	0
2. Unia Europejska i jej struktura					3	2	0
3. Instytucje Unii Europejskiej i ich kompetencje					3	2	0
4. Polska we Wspólnocie Europejskiej					3	2	0
5. Unia monetarna					3	2	0
6. Wspólnota narodów					3	2	0

7. Współczesne problemy Unii Europejskiej		3	3	0	
Metody kształcenia	wykład konwersatoryjny, prezentacje multimedialne				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunki zaliczenia: pozytywna ocena z kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si ocenie z kolokwium zaliczeniowego.					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	integracja europejska		Wa ona	
	3	integracja europejska [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Bo yk P., Misala J. (2003): Integracja ekonomiczna, Warszawa				
	Grabowski T. (2008): Unia Europejska - mechanizmy integracji gospodarczej, Toru				
	Latoszek E. (2007): Integracja europejska, Mechanizmy i wyzwania, Warszawa				
	red. A. Marszałek (2004): Integracja Europejska, Podr cznik akademicki, Warszawa				
	red. J. D. Hansen (2003): Ekonomiczne aspekty integracji europejskiej, Kraków				
Literatura uzupełniają ca	E. Kawecka-Wyrzykowska, E. Synowiec (2004): Unia Europejska, Warszawa				
	red E. Kawecka-Wyrzykowska, E. Synowiec (2004): Polska w Unii Europejskiej, Warszawa				
	red. naukowa M. Cini (2007): Unia Europejska, organizacja i funkcjonowanie, Warszawa				
	Wysoki ska Z., Witkowska J. (2004): Integracja europejska: rozwój rynków, Warszawa Łód				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zaj	0		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	25				
Liczba punktów ECTS	1				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: IT w mediach (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2857_47S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	10	0	ZO	2	
Razem			10			2	
Koordynator przedmiotu:		dr TOMASZ ŁUKASZEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr TOMASZ ŁUKASZEWSKI					
Cele przedmiotu:		Przekazanie wiedzy oraz umiej tno ci z zakresu wykorzystania mediów społeczno ciowych do prowadzenia publicystyki w Internecie					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstaw Internetu oraz umiej tno obsługi komputera					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student posiada wiedz z zakresu wykorzystania mediów internetowych do dziennikarstwa informacyjnego i publicystycznego			K_W08 K_W09	
umiej tno ci	1	EP2	Redaguje typowe teksty dziennikarskie, popularnonaukowe, promocyjne lub inne w sposób wła ciwy dla mediów internetowych			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP3	Potrąfi kształtowa rzeczywisto medialn z dbało ci o dobro u ytkowników mediów internetowych oraz ze wiadomo ci społecznej odpowiedzialno ci za kształtowanie opinii publicznej.			K_K03 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: IT w mediach							
Forma zaj : laboratorium							
1. Media społeczno ciowe i youtube jako narz dzie dziennikarskie					4	2	0
2. Zakładanie kanału na youtube					4	1	0
3. Tworzenie tre ci w internecie					4	1	0
4. Narz dzia edycji materiałów video					4	1	0
5. Dystrybucja i promocja tre ci w Internecie					4	2	0
6. Modele biznesowe youtuberów - analiza przypadków					4	2	0
7. Statystyki i analityka internetowa					4	1	0
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne Praca z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PROJEKT				EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia jest przygotowanie projektu grupowego zgodnie z wytycznymi.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocenie podlega projekt. Grupa uzyskuje za niego punkty, których ilość zależy od jakości oraz zgodności z wytycznymi podanymi na zajęciach. Punkty przeliczane są przez kierownika grupy na oceny dla poszczególnych członków zespołu. Ocena uzyskana przez studenta za pracę w projekcie jest jednocześnie nie oceną z przedmiotu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	IT w mediach		Ważona	
	4	IT w mediach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Stawarz, Barbara (2018): Content marketing i social media, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Turner, Jamie (2015): Jak zarabia w mediach społecznościowych, Helion, Gliwice				
Literatura uzupełniająca	Majorek, Marta (2015): Kod YouTube od kultury partycypacji do kultury kreatywności, Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych "Universitas", Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	10		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zajęć	5		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: J zyk obcy [moduł]							
Nazwa przedmiotu: j zyk angielski (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ119_64S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	lektorat	30	0	ZO	2	
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		mgr JUSTYNA STANKIEWICZ-RYCIELSKA					
Prowadz cy zaj cia:							
Cele przedmiotu:		Poprzez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu gramatyki i słownictwa student podnosi swoja sprawno j zykow do poziomu B2+.					
Wymagania wst pne:		Wiadomo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki j zyka angielskiego na poziomie B2.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.			K_W03	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi wyra a opinie, udziela rekomendacji, okre la upodobania i zainteresowania, co stanowi baz do wicze konwersacyjnych.			K_U04	
	2	EP3	Student potrafi stre ci wypowied ustn lub pisemn w sposób jasny i zrozumiały.			K_U07	
	3	EP4	Student tworzy spójny i logiczny tekst na dany temat w postaci listu formalnego, nieformalnego, recenzji.			K_U10	
	4	EP5	Wykazuje aktywn postaw w ci głym kształceniu si i doskonaleniu kompetencji j zykowych.			K_U12	
kompetencje społeczne	1	EP6	Kreatywnie współpracuje w grupie.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk angielski							
Forma zaj : lektorat							
1. Spotkania nieformalne i formalne					3	5	0
2. Opowiadanie wydarze z przeszło ci					3	5	0
3. Etapy ycia					3	5	0
4. Rozwi zywanie dylematów					3	5	0

5. Sport i rekreacja		3	5	0	
6. Kultura ? film, literatura, muzyka, teatr		3	5	0	
Metody kształcenia	Konwersacje; symulacja scenek z ycia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomo ci; ogl danie krótkich filmów(sceny z ycia codziennego); czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; wiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnie .				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne w formie testu, kolokwium i sprawdzian na poziomie B2+ i aktywno na zaj ciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa (ocena koordynatora) równa si redniej ocen z kolokwium, sprawdzianu i weryfikacji przez obserwacj .				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	j zyk angielski		Wa ona	
	3	j zyk angielski [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Wdług wyboru lektora. :				
Literatura uzupełniają ca	Według wyboru lektora. :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie si do zaj	5		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	3		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: J zyk obcy [moduł]							
Nazwa przedmiotu: j zyk niemiecki (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ119_63S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	lektorat	30	0	ZO	2	
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		mgr DOROTA MATKOWSKA-KLATT					
Prowadz cy zaj cia:							
Cele przedmiotu:		Poprzez poszerzenie i usystematyzowanie wiedzy z zakresu gramatyki i słownictwa student otrzymuje kompetencje w zakresie j zyka niemieckiego na poziomi B2+.					
Wymagania wst pne:		Wiadomo ci z zakresu gramatyki, słownictwa i fonetyki j zyka obcego na poziomie B2.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna zasób słownictwa i struktur gramatycznych wła ciwych dla odpowiedniego rejestru wypowiedzi pisemnych i ustnych.			K_W03	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi wyra a opinie, udziela rekomendacji, okre la upodobania i zainteresowania, co stanowi baz do wicze konwersacyjnych			K_U10	
	2	EP3	Student potrafi stre ci wypowied ustn lub pisemn w sposób jasny i zrozumiały.			K_U04	
	3	EP4	Student tworzy spójny i logiczny tekst na dany temat w postaci listu formalnego, nieformalnego, recenzji.			K_U05	
	4	EP6	Kreatywnie współpracuje w grupie			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student wykazuje aktywn postaw w ci głym kształceniu si i doskonaleniu kompetencji j zykowych.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: j zyk niemiecki							
Forma zaj : lektorat							
1. Spotkania nieformalne i formalne					3	5	0
2. Opowiadanie wydarze z przeszło ci					3	5	0
3. Etapy ycia					3	5	0

4. Rozwijanie dylematów		3	5	0	
5. Sport i rekreacja		3	5	0	
6. Kultura ? film, literatura, muzyka, teatr		3	5	0	
Metody kształcenia	Konwersacje; symulacja scenek z życia codziennego; słuchanie dialogów, tekstów i wiadomości; oglądanie krótkich filmów(sceny z życia codziennego); czytanie, analiza i tłumaczenie tekstów; ćwiczenia gramatyczne (pisane i interaktywne); pisanie krótkich tekstów (maile, listy); prezentacje samodzielnie przygotowanych zagadnień.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne w formie testu oraz kolokwium i sprawdzian na poziomie B2.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa (ocena koordynatora) równa się średniej ocen ze sprawdzianu, kolokwium i obserwacji uczestnictwa.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	3	język niemiecki		Waga	
	3	język niemiecki [lektorat]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Według wyboru lektora :				
Literatura uzupełniająca	Według wyboru lektora :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	5		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	5		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: komunikacja gospodarcza (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2861_34S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	20	0	ZO	2	
		wykład	20	0	ZO		
Razem			40			2	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z koncepcją współczesnej komunikacji gospodarczej w powiązaniu z potrzebami gospodarki, jej mechanizmami i skutkami. Przekazanie umiejętności interpretacji zjawisk ekonomicznych z perspektywy komunikacji gospodarczej.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć ekonomicznych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Student definiuje pojęcia z dziedziny komunikacji gospodarczej		K_W05 K_W08		
	2	EP2	Student identyfikuje i objaśnia mechanizmy komunikacji gospodarczej		K_W01 K_W04		
umiejętności	1	EP3	Student wykorzystuje zdobytą wiedzę do oceny procesów komunikacji gospodarczej		K_U01 K_U04 K_U07		
kompetencje społeczne	1	EP4	Student kreatywnie podchodzi do realizacji zadań problemowych z obszaru komunikacji gospodarczej		K_K01 K_K03		
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: komunikacja gospodarcza							
Forma zajęć : wykład							
1. Istota i zakres procesu komunikacji (koncepty teoretyczne, ujęcia modelowe)					1	2	0
2. Komunikacja gospodarcza a ekonomika informacji					1	4	0
3. Geneza i rozwój komunikacji gospodarczej (rola komunikacji w gospodarowaniu na poziomie makro, mezo, mikro)					1	4	0
4. Gospodarka i jej potrzeby komunikacyjne ze szczególnym uwzględnieniem znaczenia mediów					1	4	0
5. Komunikacja gospodarcza a procesy rynkowe (konkurencja, globalizacja, standaryzacja, specjalizacja)					1	4	0
6. Integracyjne funkcje komunikacji między podmiotami gospodarczymi					1	2	0
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Metody i narzędzia komunikacji gospodarczej, wykorzystanie mediów					1	4	0

2. Komunikacja gospodarcza w sektorach gospodarki ze szczególnym uwzględnieniem sektora mediów		1	4	0	
3. Ekonomiczne mechanizmy efektywności komunikacji gospodarczej		1	2	0	
4. Ocena efektywności i skuteczności komunikacji gospodarczej		1	2	0	
5. Ekonomiczna ewaluacja procesu komunikacji gospodarczej (m.in. metody pomiaru nakładów i kosztów)		1	2	0	
6. Komunikacja gospodarcza we współczesnej gospodarce ? do wiadczenia polskie i mi dzynarodowe		1	4	0	
7. Komunikacja gospodarcza w nowym mediach		1	2	0	
Metody kształcenia	Wykład, prezentacja, analiza przypadku, rozmowa. Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Ocena zaliczeniowa z konwersatorium na podstawie pisemnego kolokwium. Ocena zaliczeniowa z wykładu na podstawie projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena ostateczna jest równa średniej arytmetycznej ocenie uzyskanej z zaliczenia pisemnego i projektu				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	1	komunikacja gospodarcza		Ważona	
	1	komunikacja gospodarcza [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
	1	komunikacja gospodarcza [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
Literatura podstawowa	Cornelissen J., (2010): Komunikacja korporacyjna , Wolters Kluwer, Warszawa				
	Hamilton C., (2011): Skuteczna komunikacja w biznesie, PWN, Warszawa				
	Shapiro C., Varian H., (2007): Potęga informacji, Helion, Gliwice				
Literatura uzupełniająca	Kuneszko J., (2010): Nowa komunikacja społeczna, Difin, Warszawa				
	Małachowski A. (red.), (2010): Komunikacja gospodarcza, AE Wrocław, Wrocław				
	Prasa fachowa, np. Harvard Business Review, Ekonomia, Gospodarka Narodowa, Marketing i Rynek				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	40		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	2		0		
Udział w konsultacjach	4		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	2		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: komunikowanie mi dzynarodowe i mi dzynarodowe (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3076_45S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	20	0	ZO	3	
Razem			20			3	
Koordynator przedmiotu:		dr ALEKSANDRA KRUKOWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr ALEKSANDRA KRUKOWSKA					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest dostarczenie wiedzy na temat zjawisk i procesów komunikowania si ludzi w kontek cie kulturowym i mi dzynarodowym oraz umiej tno ci komunikowania si z uwzgl dnieniem ró nic i dystynkcji społecznych.					
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza na temat procesu komunikowania					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma uporz dkowan i rozszerzon wiedz z zakresu teorii komunikacji mi dzynarodowej (wymiary kultury i kategorie ró nic mi dzynarodowych, to samo narodowa, interkulturowo , multikulturowo , stereotypy)			K_W03 K_W05 K_W06 K_W10	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi rozpozna uprzedzenia i stereotypy oraz sposoby manipulacji nimi.			K_U01 K_U05 K_U07 K_U08	
	2	EP4	Potrafi wyszuka i oceni niebezpieczne zjawiska społeczne w obszarze komunikacji mi dzynarodowej i zaproponowa scenariusz ich neutralizowania.			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	wykazuje umiej tno krytycznej analizy i oceny rzeczywisto ci społecznej,			K_K01 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: komunikowanie mi dzynarodowe i mi dzynarodowe							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Charakterystyka rodzajów komunikacji: komunikacja poprzekulturowa (cross-cultural communication), pomi dzynarodowa (intercultural communication), mi dzynarodowa (international communication) i globalna (global communication).					4	5	0
2. Komunikowanie a kultura. Okre lenia pa stwa, narodu, cywilizacji, kultury, subkultury i superkultury. Wa niejsze idee, warto ci i symbole maj ce wpływ na kulturowe i subkulturowe ró nice oraz procesy komunikacyjne. Kultury wysokiego i niskiego kontekstu.					4	5	0
3. Bariery kulturowe w komunikacji: etnocentryzm, uprzedzenia i stereotypy kulturowe, niepewno , ró nice w komunikacji werbalnej i niewerbalnej. Typy kultur według G. Hofstede i A. Trompenaarsa					4	5	0
4. Wielokulturowo i mi dzynarodowo . Komunikowanie a ró ne rodzaje to samo ci. Rola obywatela w komunikacji mi dzynarodowej: dyplomacja obywatelska. Idea kompetentnego komunikowania mi dzynarodowego. Komunikowanie mi dzynarodowe i rola w nim dyplomacji, agend rz dowych, mediów i organizacji mi dzynarodowych. Rola mediów lokalnych, pa stwowych i mi dzynarodowych w komunikowaniu kulturowym i mi dzynarodowym.					4	5	0

Metody kształcenia	praca z tekstem, dyskusja, prezentacje				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
	PREZENTACJA				EP3,EP4
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	ZO Warunek zaliczenia: pozytywne oceny z kolokwium zaliczeniowego, prezentacji oraz weryfikacji przez obserwacj				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa (ocena koordynatora) to rednia ocen z kolokwium (40%), prezentacji (40%) weryfikacja przez obserwacj (20%).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	komunikowanie mi dzynarodowe i mi dzynarodowe		Wa ona	
	4	komunikowanie mi dzynarodowe i mi dzynarodowe [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Hofman G., Krzemi ski A. (2007): Zbrodnia i kara, дума i uprzedzenie, Warszawa				
	Hofstede G., Hofstede G. (2007): Kultury i organizacje, Warszawa				
	Mikułowski-Pomorski J. (1999): Komunikacja mi dzynarodowa, Kraków				
	Szopski M. (2005): Komunikowanie mi dzynarodowe, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	Bolten J. (2006): Interkulturowa kompetencja, Pozna				
	Budyta-Budzy ska M. (2010): Socjologia narodu i konfliktów etnicznych, Warszawa				
	Reynolds S., Valentine D. (2009): Komunikacja mi dzynarodowa, Warszawa				
	Zaporowski A. (2006): Czy komunikacja mi dzynarodowa jest mo liwa? Strategia kulturoznawcza, Pozna				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	20		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	13		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: konkurencyjno na rynku mediów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2860_21S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Prowadzący zajęcia:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Cele przedmiotu:		Student otrzymuje wprowadzenie do metod analizy i oceny pozycji konkurencyjnej firmy medialnej oraz zasad formułowania jej strategii.					
Wymagania wstępne:		Ogólna wiedza o zagadnieniach ekonomicznych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu analizy konkurencji i konkurencyjności na rynku mediów Ma wiedzę dotyczącą zasad funkcjonowania przedsiębiorstw, zwłaszcza medialnych			K_W08	
umiejętności	1	EP2	Potrafi analizować i oceniać zjawiska ekonomiczne z wykorzystaniem złożonych metod ekonomicznych oraz zaawansowanego dorobku teoretycznego ekonomii i zarządzania			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP3	Potrafi wykonywać funkcje menedżerskie z pełnym uznaniem społecznych norm i odpowiedzialności za dobro wspólne.			K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: konkurencyjno na rynku mediów							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Przedsiębiorstwo jako przedmiot badań konkurencyjności.					3	2	0
2. Pojęcia konkurencyjności, konkurencji i konkurencyjności na rynku mediów					3	2	0
3. Strategie konkurencyjne przedsiębiorstw medialnych					3	2	0
4. Badanie otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa (otoczenie mikro- i makro-)					3	3	0
5. Miary pozycji konkurencyjnej oraz metody analizy konkurencyjności					3	3	0
6. Diagnoza i ocena pozycji konkurencyjnej przedsiębiorstwa, Metody oceny pozycji konkurencyjnych					3	3	0
Metody kształcenia		Wykład, Dyskusja moderowana przez prowadzącego konwersatorium, Określenie i rozwinięcie konkretnego problemu ekonomicznego związanego z analizą konkurencyjności mediów					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT				EP1,EP2,EP3	
ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3		
Forma i warunki zaliczenia	<p>Zaliczenie wicze ma charakter sprawdzianu pisemnego opartego na rozwizaniu studium przypadku. Student jest zobowi zany do udzielenia prawidłowych pyta zadanych do studium. Pytania nawi zuj zarówno do tre ci teoretycznych jak i praktycznego przykładu podanego w studium przypadku.</p> <p>Wymagany elementem zaliczenia przedmiotu jest aktywno studenta, która jest indywidualnie oceniana przez nauczyciela prowadz cego wiczenia. Aktywno obejmuje nast puj ce działania studenta: uczestnictwo w organizowanych przez Katedr spotkaniach z praktykami - Business hours, aktywno na zaj ciach wiczeniowych (zgłaszanie się do odpowiedzi, wyra anie komentarzy czy opinii do omawianych tematów), aktywno na stronie Facebook prowadzonej przez Katedr w zakresie omawianego przedmiotu oraz inne działania podejmowane samodzielnie przez studenta w ramach przedmiotu.</p> <p>Ocena z zaliczenia obejmuje 75% oceny za wiedz studenta potwierdzon kolokwium oraz 25% oceny za aktywno .</p>					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu jest redni arytmetyczn oceny z zaliczenia i oceny wykładów (egzaminu).					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot		Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	konkurencyjno na rynku mediów			Ważona	
	3	konkurencyjno na rynku mediów [konwersatorium]		zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	H. Adamkiewicz-Drwiłto (2008): Uwarunkowanie konkurencyjno ci przedsi biorstw, PWN, Warszawa					
	M. Le niewski (2011): Konkurencyjno przedsi biorstw, TNOiK, Toru					
Literatura uzupełniają ca	G. Gierszewska, M. Romanowska (2008): Analiza strategiczna przedsi biorstwa, PWN, Warszawa					
	M. Porter (2000): Strategia konkurencji, PWE, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zaj cia dydaktyczne		15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0		
Przygotowanie się do zaj		10		0		
Studiowanie literatury		5		0		
Udział w konsultacjach		8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		5		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		5		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		50				
Liczba punktów ECTS		2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM							
Nazwa przedmiotu: konkurencyjno na rynku mediów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2860_13S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : mened er w mediach			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	20	0	ZO	3	
		wykład	10	0	ZO		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. TOMASZ BERNAT					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JAROSŁAW KORPYSA					
Cele przedmiotu:		Student poznaje metod analizy i oceny pozycji konkurencyjnej firmy medialnej oraz zasad formułowania jej strategii.					
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza o naukach ekonomicznych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Ma pogł bion i uporz dkowan wiedz z zakresu analizy konkurencji i konkurencyjno ci na rynku mediów Ma wiedz dotycz c zasad funkcjonowania przedsi biorstw, zwłaszcza medialnych		K_W04 K_W08		
umiej tno ci	1	EP2	Potrifi analizowa i ocenia zjawiska ekonomiczne z wykorzystaniem zło onych metod ekonomicznych oraz zaawansowanego dorobku teoretycznego ekonomii i zarządzania		K_U02		
	2	EP3	Potrifi współpracowa w grupie, przyjmuj c w niej ró ne role i rozwi zuj c zło one problemy społeczno-ekonomiczne		K_U11		
kompetencje społeczne	1	EP4	Potrifi wykonywa zawód mened era ze wiadomo ci społecznej odpowiedzialno ci biznesu.		K_K04		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: konkurencyjno na rynku mediów							
Forma zaj : wykład							
1. Przedsi biorstwo jako przedmiot bada konkurencyjno ci.					2	2	0
2. Strategie konkurencyjne przedsi biorstw medialnych					2	2	0
3. Badanie otoczenia konkurencyjnego przedsi biorstwa					2	2	0
4. Miary pozycji konkurencyjnej oraz metody analizy konkurencyjno ci					2	2	0
5. Diagnoza i ocena pozycji konkurencyjnej przedsi biorstwa					2	2	0

Forma zaj : konwersatorium						
1. Przedsiorstwo jako przedmiot badań konkurencyjności.		2	2	0		
2. Pojęcia konkurencyjności, konkurencji i konkurencyjności na rynku mediów.		2	2	0		
3. Strategie konkurencyjne przedsiębiorstw medialnych, analiza case study		2	2	0		
4. Otoczenie konkurencyjne przedsiębiorstwa		2	2	0		
5. Badanie otoczenia konkurencyjnego przedsiębiorstwa (mikrootoczenia), analiza case study		2	2	0		
6. Badanie makrootoczenia, analiza case study		2	2	0		
7. Miary pozycji konkurencyjnej		2	2	0		
8. Metody analizy konkurencyjności		2	2	0		
9. Metody analizy konkurencyjności		2	2	0		
10. Sprawdzian wiedzy		2	2	0		
Metody kształcenia		- wykład, - dyskusja moderowana przez prowadzącego konwersatorium, - określenie i rozwiązanie konkretnego problemu ekonomicznego związanego z analizą konkurencyjności mediów, - - określenie i rozwiązanie konkretnego problemu ekonomicznego związanego z analizą konkurencyjności mediów,				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		KOŁOKWIUM			EP1,EP2	
		PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia		Zaliczenie wicze ma charakter sprawdzianu pisemnego opartego na rozwinięciu studium przypadku. Student jest zobowiązany do udzielenia prawidłowych pytań zadanych do studium. Pytania nawiązują zarówno do treści teoretycznych jak i praktycznego przykładu podanego w studium przypadku. Wymagany elementem zaliczenia przedmiotu jest aktywność studenta, która jest indywidualnie oceniana przez nauczyciela prowadzącego wiczenie. Aktywność obejmuje następujące działania studenta: uczestnictwo w organizowanych przez Katedrę spotkaniach z praktykami - Business hours, aktywność na zajęciach wiczeniowych (zgłaszanie się do odpowiedzi, wyrażanie komentarzy czy opinii do omawianych tematów), aktywność na stronie Facebook prowadzonej przez Katedrę w zakresie omawianego przedmiotu oraz inne działania podejmowane samodzielnie przez studenta w ramach przedmiotu. Ocena zaliczenia obejmuje 75% oceny za wiedzę studenta potwierdzoną kolokwium oraz 25% oceny za projekt.				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena końcowa - jest średnią ocen za kolokwium i projekt.				
Metoda obliczania oceny końcowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
		2	konkurencyjność na rynku mediów		Waga	
		2	konkurencyjność na rynku mediów [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,50
		2	konkurencyjność na rynku mediów [wykład]	zaliczenie z ocen		0,50
Literatura podstawowa		H. Adamkiewicz-Drwiłło (2008): Uwarunkowanie konkurencyjności przedsiębiorstw, PWN, Warszawa				
		M. Leńkowski (2011): Konkurencyjność przedsiębiorstw, TNOiK, Toruń				
Literatura uzupełniająca		G. Gierszewska, M. Romanowska (2009): Analiza strategiczna przedsiębiorstwa., PWE, Warszawa				
		M. Porter (2000): Strategia konkurencji, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zajęcia dydaktyczne		30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0		
Przygotowanie się do zajęć		15		0		

Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	5	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: Wykład ogólnouczelniany do wyboru [moduł]							
Nazwa przedmiotu: konstruktywizm w badaniu mediów i komunikacji (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_66S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr BOGDAN BALICKI					
Cele przedmiotu:		Wykład ma na celu wprowadzenie do paradygmatu konstruktywistycznego powstałego na styku nauk humanistycznych i przyrodniczych, który stanowi teoriopoznawcze, metodologiczne i heurystyczne zaplecze na dla szczególnej szkoły badania mediów i komunikacji. Konstruktywizm w badaniu mediów specjalizuje si w holistycznym i systemowym rozumieniu komunikacji jako fenomenu biologicznego, psychicznego i społecznego, który jest instytucjonalizowany (media) na ró nych poziomach organizacji.					
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza humanistyczna z zakresu literaturoznawstwa, socjologii, filozofii lub ekonomii.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Posiada ogóln wiedz o filozoficznych i naukowych koncepcjach bazowych dla teorii komunikacji;		K_W01		
	2	EP2	Posiada pogł bion i usystematyzowan wiedz o nowoczesnych teoriach komunikacji i ich zastosowaniu w analizie zjawisk społeczne stwa medialnego;		K_W03		
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi porusza si w ród najnowszych modeli teoretycznych wła ciwych dla teorii komunikacji		K_U04		
	2	EP4	Potrafi twórczo analizowa zjawiska społeczne z wykorzystaniem ró nych modeli komunikowania;		K_U05		
kompetencje społeczne	1	EP5	Zna i rozumie potrzeb ustawicznego kształtowania i pogł biania wiedzy z zakresu komunikacji mi dzyludzkiej w kontek cie zmieniaj cej si rzeczywisto ci społeczne stwa medialnego.		K_K01		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: konstruktywizm w badaniu mediów i komunikacji							
Forma zaj : wykład							
1. Zagadnienia organizacyjne. Wprowadzenie to historii konstruktywizmu.					1	3	0
2. Poj cie rzeczywisto ci ? uj cia klasyczne i nieklasyczne.					1	3	0
3. Rzeczywisto obserwatora ? wprowadzenie do metody.					1	3	0
4. Psychologia poznania.					1	3	0

5. Społeczna konstrukcja rzeczywistości.		1	3	0	
6. Komunikacja i rozumienie.		1	3	0	
7. Media i pamięć społeczna.		1	3	0	
8. Instytucjonalna historia komunikacji ? ewolucja mediów.		1	3	0	
9. Gatunki medialne i produkowanie informacji		1	3	0	
10. Niedualistyczna teoria mediów.		1	3	0	
Metody kształcenia	wykład z elementami prezentacji multimedialnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	ZO Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest pozytywna ocena z kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z zajęć (ocena koordynatora) równa się ocenie z kolokwium.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	konstruktywizm w badaniu mediów i komunikacji		Ważona	
	1	konstruktywizm w badaniu mediów i komunikacji [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Konstruktywizm w badaniach literackich, red. E. Kuźma, J. Madejski, A. Skrendo, Kraków 2004 K. Ludewig, :				
	M. Fleischer, Ogólna teoria komunikacji, przeł. M. Burnecka, M. Fleischer, Wrocław 2007 :				
	Radykalny Konstruktywizm. Antologia, red. B. Balicki, D. Lewicki, B. Ryś i E. Szczerbuk, Wrocław 2006. :				
	Terapia systemowa : podstawy teoretyczne i praktyka, Gdańsk 1995. :				
Literatura uzupełniająca	N. Luhmann, Systemy społeczne, przeł. M. Kaczmarczyk, Kraków 2007 :				
	N. Luhmann, Realność mediów masowych, przeł. J. Barbacka, Wrocław 2009. :				
	S.J. Schmidt, S. Weischenberg, K. Merten, Die Wirklichkeit der Medien Wiesbaden 2004. :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	0	0			
Studiowanie literatury	16	0			
Udział w konsultacjach	12	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF2: Funkcjonowanie przedsi biorstwa medialnego [moduł]							
Nazwa przedmiotu: krytyka literatury w mediach (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_49S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest analiza przekazów krytycznoliterackich w mediach współczesnych ? studenci b d uczyli si zarówno lektury (odbioru), jak i pisania (nadawania) tego rodzaju przekazów.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa orientacja we współczesnym rynku mediów, w szczególno ci zwi zanych z kultur i literatur .					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	W pogł bionym stopniu zna literaturoznawcze i publicystyczne metody analizy przekazu medialnego dotycz tego literatury współczesnej.			K_W05	
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi oceni znaczenie, funkcj i miejsce literatury współczesnej i krytyki literackiej w mediach z uwzgl dnieniem kontekstu historyczno-kulturowego i społecznego.			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	Potrafi krytycznie oceni własn wiedz i umiej tno ci z obszaru krytyki literackiej.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: krytyka literatury w mediach							
Forma zaj : wykład							
1. Krytyka literacka ? geneza, definicje, rodzaje					3	3	0
2. Krytyka literacka na łamach prasy kulturalnej (prze gl d wybranych przykładów)					3	2	0
3. Współcze ni krytycy/współczesne krytyczki w Polsce					3	2	0
4. Krytyka literacka na łamach prasy codziennej ? jeszcze krytyka czy ju reklama?					3	2	0
5. Krytyka literacka w radiu i telewizji (przykłady programów i audycji publicystycznych o literaturze najnowszej)					3	2	0
6. Krytyka literacka w mediach społeczno ciowych ? ewolucja czy degradacja?					3	2	0
7. Próba krytyczna ? pisanie i analiza teksów krytycznych (recenzji wybranych ksi ek)					3	2	0

Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne, analiza tekstów z dyskusją, wykład konwersatoryjny.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywna ocena z pracy pisemnej i sprawdzianu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Praca pisemna (50%), sprawdzian (50%).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	krytyka literatury w mediach		Ważona	
	3	krytyka literatury w mediach [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J. Madejski (2018): Poetologie poststrukturalne. Szkice krytyczne, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
	K. Uniłowski (2013): Prawo krytyki. O nowoczesnym i ponowoczesnym pojmowaniu literatury, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice				
	P. Bourdieu (2001): Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego, Universitas, Kraków				
Literatura uzupełniająca	K. Kłosińska (2010): Feministyczna krytyka literacka, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice				
	S. Greenblatt (2006): Poetyka kulturowa. Pisma wybrane, Universitas, Kraków				
	S. Iwasiów (2017): Czytania. Szkice krytyczne o książkach, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin		W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		13		0	
Udział w konsultacjach		10		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		10		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM							
Nazwa przedmiotu: media publiczne (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_10S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : mened er w mediach		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA					
Cele przedmiotu:		Celem konwersatorium jest nabycie pogł bionej wiedzy z obszaru europejskich i polskich systemów medialnych, ze szczególnym uwzgl dnieniem medialnych instytucji publicznych Polski i wybranych krajów Europy Zachodniej. Student zdob dzie umiej tno ci analizy i oceny czynników oddziałuj cych na współczesn pozycj mediów publiczny.					
Wymagania wst pne:		Ogólna orientacja w zakresie roli mediów w yciu społecze stwa					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma pogł bion i rozszerzon wiedz o modelach publicznej działalno ci emisyjnej, organizacji, funkcjonowaniu i zadaniach polskich i wybranych europejskich mediów publicznych, ze szczególnym uwzgl dnieniem roli i znaczenia czynników oddziałuj cych na współczesn pozycj publicznych mediów elektronicznych w tym tak e wiedz o etycznych uwarunkowaniach funkcjonowania tych mediów			K_W08 K_W12	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi okre li znaczenie, funkcj i miejsce przekazów medialnych publicznego nadawcy w kontek cie procesu konwergencji mediów			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP3	ma wiadomo odpowiedzialno ci za dziedzictwo kulturowe regionu, kraju, Europy obecne w przekazach medialnych publicznego nadawcy			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: media publiczne							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Poj cie, geneza i modele publicznej działalno ci emisyjnej w Europie					2	3	0
2. Czynniki oddziałuj ce na współczesn pozycj publicznych mediów elektronicznych w Europie i w Polsce (uwarunkowania polityczne, ekonomiczne i kulturowe)					2	2	0
3. Wybrane systemy publicznej działalno ci emisyjnej: Wielka Brytania, Niemcy, Francja					2	2	0
4. Polski system publicznej działalno ci emisyjnej: KRRiTV: struktura i zadania; misja mediów publicznych w ?Ustawie o radiofonii i telewizji?; polska radiofonia i telewizja (struktura i zasady funkcjonowania); założ enia programowe ? deklaratywne i rzeczywiste nadawcy publicznego					2	4	0
5. Organizacja, funkcjonowanie i zadania mediów publicznych w XXI wieku (media publiczne w erze cyfryzacji i konwergencji mediów)					2	2	0

6. Quo vadis polskie media publiczne? Drogi wyjścia z kryzysu		2	2	0	
Metody kształcenia	Podaj ce: wykład informacyjny, opis, objaśnienie i wyjaśnienie				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZECZ OBSERWACJAMI)			EP1,EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunkiem zaliczenia są pozytywne oceny z aktywności na zajęciach i z kolokwium				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
ocena końcowa na podstawie zaliczenia pisemnego kolokwium sprawdzającego (pytania otwarte i zamknięte) ? 75% stanowi ocena z pisemnego kolokwium; 25% aktywność merytoryczna na zajęciach					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	media publiczne		Ważona	
	2	media publiczne [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Jaskiernia (2006): Publiczne media elektroniczne w Europie, Warszawa				
	B. Nierenberg (2007): Publiczne przedsiębiorstwo medialne, Kraków				
	K. Jakubowicz (2007): Media publiczne: początek czy nowy początek, Warszawa				
	(red.) P. Bielawski, A. Ostrowski (2010): Media publiczne w Polsce. System medialny w Polsce – pytania i dezyderaty, Wrocław				
	T. Skoczek (2009): Media publiczne w Polsce, Warszawa				
	W. Kevin (2008): Media w Europie, Kraków				
	Z. Kosiorowski (2008): Dysjunkcje misji: media publiczne pomiędzy sferą, rynkiem a polityką, Szczecin				
	(1992): Ustawa o radiofonii i telewizji				
Literatura uzupełniająca	M. Oleszkowicz (2013): Publiczne radio i telewizja w Polsce, w: Polski system medialny 1989-2011, Kraków				
	red.) J. Adamowski, L. Jaworski (2008): Media publiczne w Polsce. Terakieższe i przyszłość, Warszawa				
	(red.) K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa (2010): Radio i gazety. Transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku, Toruń				
	T. Mielczarek (2007): Monopol, pluralizm, koncentracja. Rodziki masowego komunikowania w Polsce w latach 1989-2006, Warszawa				
	(2002): Przyszłość mediów: almanach. Z. 1, Materiały z konferencji „Czy media publiczne w Europie środkowo-Wschodniej mają przyszłość?” i seminarium „Przyszłość mediów: zagrożenia”, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5	0			
Przygotowanie się do zajęć	5	0			
Studiowanie literatury	5	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0			
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT						
Nazwa przedmiotu: media regionalne i lokalne (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_18S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2
		wykład	15	0	E	
Razem			30			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Cele przedmiotu:		<p>Celem zajęć jest nabycie podstawowych umiejętności analizy procesów komunikowania na poziomie regionalnym i lokalnym, rozumienia różnych wymiarów funkcjonowania analizowanych mediów w odniesieniu do realizowanych przez nie funkcji. Zapoznanie studentów z regionami periodycznej komunikacji medialnej w Polsce, różnymi typami mediów regionalnych i lokalnych oraz określenia etapów ich rozwoju w Polsce po 1989 roku. Celem kształcenia jest zwrócenie uwagi na rolę i znaczenie mediów regionalnych i lokalnych w kształtowaniu tożsamości regionalnej. Intencją prowadzącego jest zapoznanie studentów ze skutkami znaczeniem mediów masowych ze względu na ich ukazywanie się. Student potrafi wskazać media regionalne i lokalne w wybranym przez siebie regionie, zna ich cele i funkcje, ma wiadomości o ich roli w społeczeństwie, szansach i zagrożeniach jakie ich dotyczą.</p>				
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza na temat typów mediów i ich funkcji w komunikacji społecznej				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma podstawowe i uporządkowane wiadomości z zakresu wiedzy o miejscu, organizacji i funkcjonowaniu mediów regionalnych i lokalnych w polskim systemie medialnym		K_W09	
umiejętności	1	EP2	potrafi określić znaczenie, funkcji i miejsce mediów regionalnych i lokalnych w polskim systemie medialnym, ze szczególnym uwzględnieniem kontekstów społecznego, politycznego i kulturowego		K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do odpowiedzialnego kształtowania przestrzeni mediów lokalnych z uwzględnieniem ich specyfiki i uwarunkowań		K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: media regionalne i lokalne						
Forma zajęć : wykład						
1. Wprowadzenie do przedmiotu: media regionalne i lokalne w systemie komunikacji społecznej (definicja, zasięg, podział); regiony periodycznej komunikacji medialnej w Polsce; etapy rozwoju mediów regionalnych i lokalnych w Polsce po roku 1989; media masowe a lokalne ? najważniejsze różnice				2	3	0

2. 2. Dzienniki regionalne w polskim systemie medialnym po 1989 roku: 1. najważniejsze zmiany na rynku dzienników regionalnych w III; 2. struktura rynku, najważniejsi wydawcy (Grupa Wydawnicza Polska/Passauer Neue Presse oraz Orkla i Media Regionalne); 3. projekt "Polska - The Times"; 3. perspektywy rozwoju regionalnych dzienników w Polsce w dobie konwergencji mediów		2	3	0	
3. 3. Czasopiśmiennictwo regionalistyczne w Polsce: pojęcie; ideowe podstawy; uwarunkowania działalności periodyków; zadania i cechy prasy regionalistycznej; rodzaje, typy i funkcje czasopism regionalistycznych		2	2	0	
4. 4. Prasa lokalna w polskim systemie medialnym: przemiany polskiej prasy lokalnej po 1989 roku; wydawcy, dziennikarze i odbiorcy; warunki rozwoju i odbioru prasy lokalnej w Polsce; pisma lokalne w systemie politycznym i komunikowania społecznego ze szczególnym uwzględnieniem realizowanych funkcji		2	4	0	
5. 5. Elektroniczne media regionalne i lokalne: 1. nadawca publiczny: regionalne rozgłośnie radiowe w Polsce i ośrodki terenowe TVP (struktura, zasady finansowania, oferta programowa, pozycja w danym regionie periodycznej komunikacji); 2. nadawca komercyjny: rozwój lokalnej radiofonii po 1989 roku w Polsce, format radiowy - rodzaje i zastosowanie, naziemna i kablowa telewizja lokalna w Polsce po 1989 roku		2	3	0	
Forma zajęć : konwersatorium					
1. 1. Zajęcia wprowadzające - podstawowe definicje i zarys polskiego systemu medialnego. Komunikowanie lokalne, regionalne, ogólnokrajowe, globalne - różnice i podobieństwa		2	2	0	
2. 2. Media regionalne i lokalne w Polsce		2	2	0	
3. 3. Funkcje i cele mediów regionalnych		2	2	0	
4. 4. Transformacje mediów regionalnych i lokalnych w sferze własnościowej i redakcyjnej		2	2	0	
5. 5. Wyznaczniki mediów regionalnych i lokalnych - analiza porównawcza zawartości wybranych mediów lokalnych, regionalnych i ogólnokrajowych.		2	2	0	
6. 6. Media regionalne i lokalne w Internecie		2	2	0	
7. 7. Dziennikarze mediów regionalnych		2	2	0	
8. 8. Odbiorcy mediów regionalnych		2	1	0	
Metody kształcenia	Wykład: podaje: wykład informacyjny, opis, objaśnienie i wyjaśnienie; Konwersatorium: prezentacje multimedialne, studia przypadków, dyskusja, analiza porównawcza mediów				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	egzamin pisemny, warunkiem zaliczenia są pozytywne oceny z kolokwium i egzaminu pisemnego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	ocena końcowa na podstawie ocen częściowych: 50 proc. ocena z egzaminu pisemnego; 50 proc. ocena z kolokwium				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	media regionalne i lokalne		Ważona	
	2	media regionalne i lokalne [wykład]	egzamin		0,60
	2	media regionalne i lokalne [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	A. Roguska (2012): Media globalne – media lokalne. Zagadnienia z obszaru pedagogiki medialnej i edukacji regionalnej, Kraków				
	M. Gierula (2005): Polska prasa lokalna 1989-2000: typologia i społeczne funkcjonowanie, Katowice				
	pod red. I. Borkowskiego i A. Wójcickiego (2003): Media lokalne w świecie wolności i ograniczeń, Wrocław				
	Prasa lokalna w budowie społeczeństwa obywatelskiego - materiały z konferencji zorganizowanej przez Komisję Kultury i Środków Przekazu przy współudziale Izby Wydawców Prasy pod patronatem Marszałka Senatu RP Longina Pastusiaka (21 września 2004 r.):				
	R. Kowalczyk (2003): Prasa lokalna w systemie komunikowania społecznego, Poznań				
	red. K. Pokorna- Ignatowicz (2013): Polski system medialny 1989-2011, Kraków				
	S. Michalczyk (2000): Media lokalne w systemie komunikowania, Katowice				

Literatura uzupełniająca	A. Szynol : Pi tna cie lat obecno ci Passauer Neue Presse (Polskapresse) i Orkla Media na polskim regionalnym rynku prasowym, „Studia Medioznawcze” nr 2/2008.
	K. Cira : Zagraniczne koncerty prasowe na polskim rynku dzienników regionalnych, „Zeszyty Prasoznawcze” 2000/1-2
	Mielczarek T. (1998): Mi dzy monopolem a pluralizmem, Kielce
	R. Cie lak, J. Kania (2010): Media lokalne w Szczecinie, Szczecin
	red. J. Jarowieckiego, A. Paszki, W. M. Kolasy (2007): Polskie media lokalne na przełomie XX i XXI wieku, Kraków
	red. M. Sokołowski (2007): Media w Polsce. Pierwsza władza IV RP, Warszawa
	(red.) P. Kuca, W. Furman, K. Wolny-Zmorzy ski (2014): Dzienniki regionalne w Polsce. Stan na koniec grudnia 2013 roku, Rzeszów
	Z. Bajka : Kapitał zagraniczny w polskiej prasie – lata dziewi dziesi te, „Zeszyty Prasoznawcze” 1998/1-2

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie si do zaj	2	0
Studiowanie literatury	3	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	5	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT						
Nazwa przedmiotu: media transgraniczne i etniczne (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_71S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne	
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - język polski		
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	konwersatorium	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem zajęć jest nabycie pogłębionych umiejętności analizy procesów komunikowania transgranicznego i międzykulturowego, rozumienia różnorodnych wymiarów funkcjonowania mediów transgranicznych w skali globalnej i makroregionalnej. Zapoznanie studentów z różnymi typami mediów transgranicznych (funkcjonujących na rynkach wiatowych i polskich pograniczach) oraz polskich mediów etnicznych. Celem kształcenia jest zwrócenie uwagi na funkcje i znaczenie mediów transgranicznych w komunikacji międzynarodowej, ze szczególnym uwzględnieniem procesów integracyjnych, jak i nabycie kompetencji w zakresie rozumienia procesów dotyczących polityki medialnej mniejszości etnicznych, narodowych i religijnych w Polsce po 1989 roku				
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza z zakresu typów mediów i ich roli w komunikowaniu społecznym.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	ma uporządkowaną i pogłębioną wiedzę z zakresu komunikowania międzynarodowego i międzykulturowego, zna i rozumie zasady mediów transgranicznych, narodowych i etnicznych			K_W03
	2	EP2	ma rozszerzoną wiedzę dotyczącą procesów powstawania, funkcjonowania, interpretacji i problematyzowania mediów transgranicznych Europy Zachodniej, zna i rozumie znaczenie czynników kształtujących przekaz mediów transgranicznych w zależności od stosunków bilateralnych obydwu krajów, na przykładzie polsko-niemieckiego pogranicza			K_W10
	3	EP3	ma pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o strukturach różnorodnych typów mediów transgranicznych, narodowych i etnicznych			K_W08
umiejętności	1	EP4	potrafi wyszukiwać, pozyskiwać, selekcjonować i analizować media transgraniczne i etniczne oraz ocenić ich rolę w kształtowaniu bilateralnych stosunków oraz tworzeniu wizerunku kulturalnego polskich grup mniejszościowych			K_U02
	2	EP5	05potrafi określić znaczenie, funkcje i miejsce wytworów kultury, ze szczególnym uwzględnieniem przekazów mediów transgranicznych, narodowych i etnicznych, w kontekście historyczno-kulturowym, społecznym, politycznym i ekonomicznym			K_U05

kompetencje społeczne	1	EP6	jest gotów do wiadomego i skutecznego komunikowania mi dzynarodowego i mi dzykulturowego, ze szczególnym uwzgl dniem zasad tolerancji i szacunku	K_K04		
	2	EP7	ma wiadomo odpowiedzialno ci za dziedzictwo kulturowe regionu, kraju, Europy obecne w przekazach medialnych	K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: media transgraniczne i etniczne						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Media w komunikacji mi dzynarodowej i mi dzykulturowej; teoria, funkcje, cechy				2	3	0
2. Media transgraniczne w Europie Zachodniej; atrakcyjno i skuteczno przekazu mediów transgranicznych; etnocentryzm w analizowanych przekazach medialnych; czynniki globalizacji tre ci komunikowania				2	3	0
3. Specyfika tematyczna europejskich mediów transgranicznych; znaczenie czynników kształtujących kultur pogranicza w analizie mediów				2	3	0
4. rodki masowego przekazu w rozwoju ycia kulturalnego mniejszo ci narodowych i etnicznych w Europie i w Polsce				2	3	0
5. Media mniejszo ci narodowych i etnicznych w Polsce po 1989 roku ? teoria, typologizacja, 3 cechy, funkcje				2	3	0
Metody kształcenia		Podaj ce, problemowe aktywizuj ce, praktyczne.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si						Nr efektu uczenia si z sylabusa
		EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
		ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
Forma i warunki zaliczenia		Warunkiem zaliczenia jest aktywne uczestnictwo w zaj ciach oraz pozytywne zdanie egzaminu				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) równa si ocenie za egzamin.				
Metoda obliczania oceny ko cowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		2	media transgraniczne i etniczne		Wa ona	
		2	media transgraniczne i etniczne [konwersatorium]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa		A. Hess, A., Szyma ska (2010): Rola mediów w mi dzynarodowej komunikacji politycznej na przykładzie relacji polsko-niemieckich, Kraków				
		J. Mieczkowski (2007): Prasa mniejszo ci narodowych i etnicznych w polityce pa stwa polskiego od 1989 roku, Szczecin				
		(red.) J. W. Adamowski, A. Jaskiernia (2014): Komunikowanie masowe i polityka medialna w epoce globalizacji i cyfryzacji – aspekty mi dzynarodowe, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca		T. Sasi ska-Klas, A. Hess (2004): Media a integracja europejska, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne			15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		0	
Przygotowanie si do zaj			5		0	
Studiowanie literatury			10		0	
Udział w konsultacjach			10		0	

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	8	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: media w perspektywie aksjologicznej (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_74S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	30	0	ZO	4	
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. ANDRZEJ SKRENDO					
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. ANDRZEJ SKRENDO					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest dostarczenie studentom narzędzi do wartościowania wybranych elementów rzeczywistości medialnej z perspektywy kluczowych dla życia społecznego wartości, szczególnie w kontekście rewolucji technologicznej i zagrożeniach wynikających z przemian w polu mediów.					
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza o mediach i normach współżycia społecznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu społeczne, etyczne, moralne i ekonomiczne uwarunkowania pracy w środowisku mediów.			K_W07	
	2	EP2	Student ma wiedzę o aksjologicznych kontekstach kształtowania opinii publicznej; rozumie społeczne znaczenie norm moralnych			K_W09	
umiejętności	1	EP3	Student potrafi analizować aksjologicznie zawartość mediów z uwzględnieniem całego procesu tworzenia przekazu medialnego, jego dystrybucji i recepcji.			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP4	Student potrafi podejmować wyzwania zawodowe w mediach z uwzględnieniem realizacji dobra publicznego.			K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: media w perspektywie aksjologicznej							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Aksjologia tworzenia informacji. Zagadnienia teoretyczne					1	6	0
2. Społeczeństwo jako się wartości.					1	6	0
3. Filozoficzne podstawy wiedzy o wartościach.					1	6	0
4. Misja mediów publicznych we współczesnej rzeczywistości ekonomicznej i politycznej.					1	6	0
5. Aksjologiczna analiza zawartości mediów.					1	6	0
Metody kształcenia		Dyskusja moderowana, analiza pracy redakcji na podstawie procesu ledzenia powstawania informacji medialnej; analiza zawartości mediów.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3,EP4
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA					EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia jest napisanie pracy pisemnej oraz napisanie kolokwium zaliczeniowego.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) równa się średniej arytmetycznej ocen otrzymanych z pracy pisemnej oraz kolokwium.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej	
	1	media w perspektywie aksjologicznej		Nieobliczana		
	1	media w perspektywie aksjologicznej [konwersatorium]	zaliczenie z ocen			
Literatura podstawowa	E. Fromm, (2017): Zdrowe społeczeństwo, Warszawa					
	I. Hofman, D. Kapa-Figura (2014): Współczesne media : wartości w mediach, wartości mediów. T. 1, Wartości w mediach, Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin					
	Z. Bauman (2012): Etyka ponowoczesna, Wydawnictwo Aletheia, Warszawa					
Literatura uzupełniająca	J. van Dijk (2012): Społeczne aspekty nowych mediów : analiza społeczeństwa sieci, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			30		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		0	
Przygotowanie się do zajęć			10		0	
Studiowanie literatury			20		0	
Udział w konsultacjach			10		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			10		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			18		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.			100			
Liczba punktów ECTS			4			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: medialne formy ekspresji (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_80S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 3 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	10	0	ZO	2	
Razem			10			2	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadzący zajęcia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przeanalizowanie i usystematyzowanie różnych współczesnych medialnych form ekspresji przede wszystkim w odniesieniu do przestrzeni nowych mediów.					
Wymagania wstępne:		Podstawowa orientacja w zagadnieniach związanych z nowymi mediami.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	W poziomie podstawowym stopnia zna terminologię dotyczącą komunikacji i mediów, w szczególności ich związków z obszarem nowych mediów			K_W01	
	2	EP2	W poziomie podstawowym stopnia potrafi przeanalizować, usystematyzować i ocenić nowoczesne formy ekspresji w obszarze dyskursu nowych mediów			K_W03	
umiejętności	1	EP3	Potrafi ocenić znaczenie, funkcję i miejsce różnych przykładów ekspresji medialnej w perspektywie rozwoju kultury audiowizualnej i ewolucji nowych mediów.			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP4	Potrafi krytycznie ocenić własne umiejętności analizowania i systematyzowania form ekspresji medialnej.			K_K01	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: medialne formy ekspresji							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Współczesne media jako pole ekspresji medialnej. Definicje, różniczenia, przykłady					3	2	0
2. Odmienny ekspresji medialnej ? próba systematyzacji pojęcia					3	2	0
3. Medialne ekspresje. Część I: prasa					3	2	0
4. Medialne ekspresje. Część II: radio					3	2	0
5. Medialne ekspresje. Część III: telewizja					3	2	0
Metody kształcenia		Dyskusja, analiza przekazów medialnych, wykład konwersatoryjny					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3,EP4
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA					EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie kolokwium, złożenie pracy zaliczeniowej (eseju/recenzji).					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	średnia ocen z: kolokwium (50%) i pracy zaliczeniowej (50%).					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej	
	3	medialne formy ekspresji		Ważona		
	3	medialne formy ekspresji [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	L. Manovich (2001): Język nowych mediów, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa					
	P. Levinson (2010): Nowe nowe media, WAM, Kraków					
Literatura uzupełniająca	P. Michałowski (red.) (2014): Od pióra do sieci. Zmienne media literatury, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin					
	R. Sidorowicz (2013): Teleobecne „ja”. Językowa autoprezentacja nadawcy w blogu, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			10		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		0	
Przygotowanie się do zajęć			10		0	
Studiowanie literatury			10		0	
Udział w konsultacjach			10		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			8		0	
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.			50			
Liczba punktów ECTS			2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: mi dzynarodowe stosunki gospodarcze (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2891_79S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wykład	20	0	ZO	3	
Razem			20			3	
Koordynator przedmiotu:		dr EWA BILEWICZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr EWA BILEWICZ					
Cele przedmiotu:		Celem jest uzyskanie wiedzy na temat współczesnych stosunków mi dzynarodowych , zrozumienie mechanizmów ekonomicznych dziaaj cych w sferze mi dzynarodowych stosunków gospodarczych i reguł mi dzynarodowej polityki handlowej.					
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych zagadnie z zakresu mikro i makroekonomii					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna w pogł bionym stopniu kluczowe zjawiska zachodz ce w gospodarce wiatowej oraz zasady mi dzynarodowego handlu w warunkach rosn cego umi dzynarodowienia gospodarki.			K_W02	
umiej tno ci	1	EP2	umie analizowa i ocenia przyczyny, przebieg i skutki ró nych procesów zachodz cych w gospodarce wiatowej			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP3	jest gotów do krytycznej oceny własnej wiedzy i umiej tno ci			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: mi dzynarodowe stosunki gospodarcze							
Forma zaj : wykład							
1. Powstanie i rozwój gospodarki wiatowej (poj cie, struktura podmiotowa i ewolucja gospodarki wiatowej)					3	4	0
2. Mi dzynarodowy podział pracy (poj cie, czynniki kształtuj ce mpp oraz etapy ewolucji mpp).					3	2	0
3. Ceny w handlu mi dzynarodowym (krótkookresowe i długookresowe tendencje kształtowania si cen na rynku wiatowym)					3	2	0
4. Mi dzynarodowe obroty towarowe i usługowe (tendencje w rozmiarach, dynamice i strukturze współczesnego handlu mi dzynarodowego)					3	4	0
5. Mi dzynarodowa wymiana technologii (poj cie i rodzaje mi dzynarodowego rynku technologii, charakterystyczne cechy mi dzynarodowego rynku technologii, kanały mi dzynarodowego transferu technologii)					3	2	0
6. Migracje mi dzynarodowe (poj cie, przyczyny, bariery i skutki migracji mi dzynarodowych)					3	2	0
7. Polityka handlowa i jej narz dzia (poj cie i rodzaje polityki handlowej, argumenty przemawiaj ce za i przeciwko polityce protekcyjnej, narz dzia)					3	2	0

8. Procesy integracyjne we współczesnej gospodarce światowej (pojęcie, efekty integracji, przykłady funkcjonujących ugrupowań integracyjnych na świecie).		3	2	0	
Metody kształcenia	Wykład z dyskusją, prezentacja multimedialna				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	Pisemne kolokwium sprawdzające osiągnięcia efektów w zakresie wiedzy i umiejętności z wykładów i zalecanej literatury.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu jest oceną zaliczenia					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	międzynarodowe stosunki gospodarcze		Ważona	
	3	międzynarodowe stosunki gospodarcze [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Zielińska-Głęboka (2012): Współczesna gospodarka światowa, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Red. J. Dudziński, H. Nakonieczna-Kisiel (2008): Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Wybrane problemy, Szczecin				
Literatura uzupełniająca	Red. E. Oziewicz (2006): Przemiany we współczesnej gospodarce światowej, PWE, Warszawa				
	Rynarzewski T., Zielińska-Głęboka A. (2006): Międzynarodowe stosunki gospodarcze. Teoria wymiany i polityki handlu zagranicznego, PWE, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	20	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	0	0			
Studiowanie literatury	20	0			
Udział w konsultacjach	12	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	21	0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM							
Nazwa przedmiotu: nadzór wła cicielski (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIJ119_14S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : mened er w mediach			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	15	0	ZO	3	
		wykład	15	0	E		
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. DARIUSZ ZARZECKI					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. DARIUSZ ZARZECKI					
Cele przedmiotu:		W efekcie realizacji przedmiotu studenci nab d now wiedz na temat nadzoru wła cicielskiego. Dodatkowo celem przedmiotu jest zdobycie przez studentów umiej tno ci interpretacji informacji gospodarczych w kontek cie roli nadzorcy					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza ekonomiczna, znajomo typów podmiotów funkcjonuj cych w gospodarce oraz podstawowych poj zwi zanych z zarz dzeniem i finansami przedsi biorstw					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Potrafi wymieni i scharakteryzowa podstawowe typy nadzoru wła cicielskiego oraz wskaza ró nice wyst puj ce pomi dzy nimi Ma wiedz o aktualnych tendencjach cechuj cych procesy nadzoru korporacyjnego zarówno w teorii jak i praktyce gospodarczej		K_W08 K_W11		
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi zidentyfikowa kluczowe informacje gospodarcze prezentowane w mediach z punktu widzenia ró nych interesariuszy organizacji. Dokonuje obserwacji i interpretuje zjawiska ekonomiczne. Posiada umiej tno rozumienia i analizowania zjawisk gospodarczych w kontek cie nadzorcy		K_U03		
kompetencje społeczne	1	EP3	Potrafi uczestniczy w yciu gospodarczym i społecznym z zachowaniem standardów wiedzy naukowej i kompetencjami zarz dczymi.		K_K02 K_K04		
TRE CI PROGRAMOWE				Semestr		Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: nadzór wła cicielski							
Forma zaj : wykład							
1. Teoretyczne podstawy nadzoru wła cicielskiego ? istota, rola, typy, modele i wybrane techniki				3	2	0	
2. Kamienie milowe w historii rozwoju zasad nadzoru wła cicielskiego				3	2	0	

3. Nadzór w/wła cicielski w kontekście relacji z różnymi interesariuszami przedsiębiorstwa		3	2	0	
4. Przejawy międzynarodowej standaryzacji nadzoru w/wła cicielskiego		3	2	0	
5. Formy instytucjonalizacji nadzoru w/wła cicielskiego, nadzór w/wła cicielski a korporacyjny		3	2	0	
6. Zasady nadzoru w/wła cicielskiego w wybranych polskich grupach podmiotów		3	3	0	
7. Prawne i technologiczne uwarunkowania procesu komunikacji spółek publicznych z rynkiem kapitałowym w Polsce		3	2	0	
Forma zajęć : konwersatorium					
1. Praktyczna analiza bieżących informacji gospodarczych pod kątem wykorzystania w procesach nadzoru w/wła cicielskiego		3	3	0	
2. Trust: The Unwritten Contract in Corporate Governance - studium przypadku Stanford Graduate School of Business		3	3	0	
3. Where Experts Get It Wrong: Independence vs. Leadership in Corporate Governance studium przypadku Stanford		3	3	0	
4. Przykłady wpływu mediów na efektywność nadzoru w/wła cicielskiego		3	3	0	
5. Analiza przydatnych rozwińzań funkcjonowania nadzoru w/wła cicielskiego w polskich spółkach publicznych ? prezentacje studentów		3	3	0	
Metody kształcenia	Dyskusja, prezentacja multimedialna, studia przypadków				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1	
	PROJEKT			EP2,EP3	
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na ocenę Forma zaliczenia wykładów: sprawdzian pisemny: test składający się z 40 pytań i obejmujący zagadnienia omawiane na wykładach. Forma zaliczenia ćwiczeń : projekt w grupach: studenci w grupach 2-3 osobowych mają za zadanie zaprezentować funkcjonowanie systemu nadzoru w/wła cicielskiego w dowolnie wybranej spółce, której akcje notowane są na GPW. Aby uzyskać zaliczenie konieczne jest przywołanie wybranych artykułów prasowych lub innych materiałów medialnych poruszających jakikolwiek aspekt nadzoru w tej spółce.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Forma zaliczenia wykładów: sprawdzian pisemny na ocenę dostateczną (3,0) należy udzielić 25 poprawnych odpowiedzi. Forma zaliczenia ćwiczeń : projekt w grupach. Aby uzyskać zaliczenie konieczne jest przywołanie wybranych artykułów prasowych lub innych materiałów medialnych poruszających jakikolwiek aspekt nadzoru w tej spółce. Ocena z przedmiotu: średnia arytmetyczna z ocen części teoretycznych.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obliczenia oceny	Waga do redniej
	3	nadzór w/wła cicielski		Waga	
	3	nadzór w/wła cicielski [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40
	3	nadzór w/wła cicielski [wykład]	egzamin		0,60
Literatura podstawowa	Bogacz-Mińska O. (2011): Kompendium wiedzy o nadzorze i kontroli nad przedsiębiorstwem, CeDeWu.pl, Warszawa				
	Jeżak Jan (2010): Ład korporacyjny. Do wiadczenia światowe oraz kierunki rozwoju, C. H. Beck, Warszawa				
	Monks R., Minow N. (2011): Corporate Governance 5th Edition, Wiley				
	Postuła Igor (2013): Nadzór korporacyjny w spółkach skarbu państwa, Wolters Kluwer, Warszawa				
	Tricker B. (2015): Corporate Governance: Principles, Policies, and Practices 3rd Edition, Oxford University Press, Oxford				
Literatura uzupełniająca	Fernando A.C. (2009): Corporate Governance: Principles, Policies and Practices 3rd edition, Pearson Education				
	Rudolf S. (red.) (1999): Nadzór w/wła cicielski w spółkach prawa handlowego, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			

Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	8	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF4: Kreacja wizerunku [moduł]							
Nazwa przedmiotu: narracje w mediach (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_59S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MACIEJ DUDA					
Prowadz cy zaj cia:		dr BOGDAN BALICKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest dostarczenie studentom wiedzy z zakresu autokreacji medialnej w perspektywie narratologicznej oraz podstawowych umiej tno ci w tym zakresie.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza o mediach					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie poj cia autokreacja, autoprezentacja autentyczna i fałszywa			K_W01	
	2	EP2	ma wiedz dotycz c technik wpływu społecznego			K_W03	
	3	EP3	zna rol narracji w kreowaniu wizerunku			K_W05	
umiej tno ci	1	EP4	posługuje si terminologi z zakresu kreowania wizerunku i komunikacji niewerbalnej			K_U04	
	2	EP5	potrafi zastosowa narracyjne techniki wpływu społecznego do realizacji okre lonych zada w zakresie kreowania wizerunku			K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP6	Rozumie społeczny charakter kreacji medialnej i jej etyczny kontekst.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: narracje w mediach							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Wizerunek, autokreacja, autoprezentacja autentyczna i fałszywa					2	2	0
2. Budowanie pozytywnego obrazu siebie. Rola samooceny					2	2	0
3. Techniki wpływu społecznego					2	2	0
4. Sztuka wyst pie publicznych					2	2	0
5. Komunikacja niewerbalna i jej rola w autoprezentacji					2	3	0
6. Komunikacja werbalna i jej rola w autoprezentacji - prezentacje					2	4	0

Metody kształcenia	praca w grupach, dyskusja, praca z tekstem, prezentacje				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
	PREZENTACJA				EP2,EP3,EP5
	ZAJCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia są pozytywne oceny ze sprawdzianu, prezentacji i weryfikacji przez obserwację .				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu (ocena koordynatora) jest średnią arytmetyczną ocen ze sprawdzianu, prezentacji i weryfikacji przez obserwację .				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	narracje w mediach		Ważona	
	2	narracje w mediach [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Cialdini R. (2007): Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Wyd. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne., Gdańsk				
	E. Aronson, Timothy D. Wilson, Robin M. Akert (2006): Psychologia społeczna, Zys i S-ka, Warszawa				
	Leary Mark Richard (2004): Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji, Wyd. Psychologiczne, Gdańsk				
	Pawlak J. (2009): Autokreacja. Psychologiczna analiza zjawiska i jego znaczenie dla rozwoju człowieka, WSFP Ignatianum & WAM, Kraków				
	Sampson Eleri (1996): Jak tworzy własny wizerunek, Wyd. ABC, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Nacki Z. (2009): Komunikacja międzyludzka, Wyd. Antykwa, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	5		0		
Studiowanie literatury	8		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5		0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: nauka o organizacji (PODSTAWOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2713_26S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2
		wykład	15	0	ZO	
Razem			30			2
Koordynator przedmiotu:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Prowadzący zajęcia:		dr MALWINA SZCZEPKOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy z zakresu mechanizmów funkcjonowania organizacji, zwłaszcza gospodarczych, oraz przekazanie kompetencji w zakresie zdobywania prawnych i analitycznych zasobów dla działania przedsiębiorstwa.				
Wymagania wstępne:		Wiedzy: znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii Umiejętności: umiejętność pracy w grupie, umiejętność wykorzystania metody analizy przypadków Kompetencji (postaw): student rozumie konieczność kształcenia ustawicznego				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna rodzaje i typy organizacji, formy prawno-organizacyjne i własnościowe przedsiębiorstw, zasoby i zarządzanie nimi oraz otoczenie przedsiębiorstwa.		K_W02 K_W08 K_W11	
	2	EP2	Identyfikuje posiadane zasoby oraz elementy otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstwa, umie wskazać etapy zakładania działalności gospodarczej w Polsce.		K_W02 K_W08	
umiejętności	1	EP3	Potrafi wskazać właściwe formy prawno-organizacyjne dla prowadzenia różnych typów działalności gospodarczej, wskazać etapy zakładania działalności gospodarczej w Polsce		K_U01 K_U02	
	2	EP5	potrafi przeprowadzić analizę mikro i makrootoczenia organizacji gospodarczych z wykorzystaniem różnych metod.		K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	rozumie potrzeby ciągłego doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności		K_K01 K_K02	
TREŚCI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning
Przedmiot: nauka o organizacji						
Forma zajęć : wykład						
1. Przegląd koncepcji organizacji, w tym gospodarczych, cyklu życia organizacji.				1	1	0
2. Przedsiębiorca-wybrane teorie, przedsiębiorczość-istota, czynniki i typy.				1	1	0
3. Teoretyczne i praktyczne podstawy funkcjonowania przedsiębiorstwa.				1	1	0

4. Klasyfikacja przedsi biorstw pod wzgl dem ró nych kryteriów.		1	4	0	
5. Przebieg procesu zało ycielskiego małych przedsi biorstw.		1	2	0	
6. Sposoby prowadz ce do uruchomienia przedsi wzi cia gospodarczego. Procedura formalno-prawna zakładania działalno ci gospodarczej.		1	4	0	
7. Otoczenie przedsi biorstwa - istota i zmiany.		1	2	0	
Forma zaj : konwersatorium					
1. Organizacja. Przedsi bior ca, przedsi biorczo , wizja i misja organizacji ? case study		1	4	0	
2. Klasyfikacja organizacji pod wzgl dem ró nych kryteriów. Formy organizacyjno-prawne, wielko przedsi biorstwa, wł snos przedsi biorstwa. Przedsi biorstwo rodzinne. Przykłady, case study.		1	4	0	
3. Przebieg procesu zało ycielskiego działalno ci gospodarczej - case study		1	2	0	
4. Współdziałanie przedsi biorstw ? formy kooperacyjne i koncentryczne. Case study.		1	2	0	
5. Otoczenie organizacji - istota i zmiany w makrootoczeniu i mikrootoczeniu. Prezentacja wybranych metod analizy otoczenia organizacji. Zasoby przedsi biorstwa ? struktura zasobów we współczesnym przedsi biorstwie oraz ich znaczenie w budowaniu przewagi konkurencyjnej na rynku. Case study.		1	3	0	
Metody kształcenia	Wykład z wykorzystaniem prezentacji Dyskusje studentów Praca z grupach nad problemem Rozwi zywanie zada , analizy przypadków (case study) Mikroreferaty przygotowywane indywidualnie przez studentów				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusa	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP5	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3	
	PROJEKT			EP3,EP4	
ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4		
Forma i warunki zaliczenia	<p>Forma i warunki zaliczenia:</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wykładu: przedmiot ko czy si egzaminem i ocena z egzaminu jest jednocze nie ocen z wykładu. Egzamin jest w formie pisemnej i testuj cy wied z i umiej tno ci studentów w zakresie znajomo ci rodzajów i typów organizacji, form prawno-organizacyjnych przedsi biorstw i procesu zało ycielskiego, wiedzy o zarz dzaniu zasobami oraz o otoczeniu przedsi biorstwa; 100% oceny stanowi egzamin w formie pisemnej zawieraj cy od 6 do 8 pyta otwartych. Egzamin obejmuje wied z z wykładów, zalecanej literatury oraz teoretycznej cz ci materiału i przykładów z praktyki gospodarczej z wicze .</p> <p>Forma i warunki zaliczenia wicze : ocena zaliczeniowa wicze ustalana jest na podstawie ocen cz stkowych otrzymywanych w trakcie semestru za okre lone działania i prace studenta: 70% oceny stanowi zaliczenie wicze w postaci kolokwium pisemnego (około 10 pyta). Pytania otwarte z teoretycznej cz ci materiału oraz dotycz ce przykładów z praktyki gospodarczej. 20 % oceny to projekt własny dotycz cy przeprowadzenia analizy strategicznej otoczenia wybranego przedsi biorstwa z wykorzystaniem metod zaprezentowanych na wiczeniach. Projekt testuje umiej tno ci studentów w zakresie wykorzystania metod analizy otoczenia przedsi biorstwa oraz prognozowania działa organizacji gospodarczej na podstawie wyci gni tych wniosków. 10% oceny stanowi aktywno na zaj ciach wynikaj ca z dyskusji o wnioskach z analizy przypadków oraz przygotowania i wygłoszenia mikro-referatów. Warunkiem uzyskania zaliczenia jest otrzymanie pozytywnych ocen z projektu i zaliczenia pisemnego wicze .</p> <p>Ocena z przedmiotu: ocena ostateczna jest równa redniej arytmetycznej ocen uzyskanych z zaliczenia i egzaminu.</p>				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	<p>Zaliczenie wicze :</p> <p>70% oceny stanowi kolokwium pisemne w formie otwartych pyta z teoretycznej cz ci materiału. 20% oceny stanowi wyniki case study i mikrowyst pienia studentów, które weryfikuj umiej tno ci studentów w zakresie wykorzystania wiedzy i metod omawianych na zaj ciach. 10% oceny stanowi aktywno na zaj ciach zwi zana z uczestnictwem w dyskusji nad studiami przypadków.</p>				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	nauka o organizacji		Wa ona	
	1	nauka o organizacji [wykład]	zaliczenie z ocen		0,50
	1	nauka o organizacji [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,50

Literatura podstawowa	Marek S., Białasiewicz M. (red.) (2011): Podstawy nauki o organizacji, PWE
	Marek S. (red.) (2008): Elementy nauki o przedsiębiorstwie, Economicus
	Sudoł S. (red.) (2011): Przedsiębiorstwo, PWE
Literatura uzupełniająca	Duraj J. (2004): Podstawy ekonomiki przedsiębiorstwa, PWE
	Janasz W., Janasz K., Koziół K., Szopik-Depczyńska K. (2010): Zarządzanie strategiczne. Koncepcje, metody, strategie. Wydanie drugie, Difin
	Lichtarski J. (red.) (2001): Podstawy nauki o przedsiębiorstwie, Wyd. Akademii Ekonomicznej we Wrocławiu

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	3	0
Studiowanie literatury	3	0
Udział w konsultacjach	8	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	1	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF2: Funkcjonowanie przedsi biorstwa medialnego [moduł]							
Nazwa przedmiotu: negocjacje (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_52S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr BOGDAN BALICKI					
Cele przedmiotu:		Wprowadzenie studentów do wiedzy o praktycznej stronie komunikacji ze szczególnym uwzgl dnieniem zarz dzenia konfliktem i sposobami jego rozwi zywania Trening umiej tno ci w zakresie rozwi zywania konfliktów.					
Wymagania wst pne:		Wiedza na poziomie rozszerzonym o komunikacji, nauce o j zyku i mediach.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma pogł bion wiedz z zakresu psychologii komunikacji, ze szczególnym uwzgl dnieniem strategii komunikacyjnych wła ciwych dla konfliktów			K_W03	
umiej tno ci	1	EP2	Student potrafi zlokalizowa kluczowe elementy procesu w komunikacji interpersonalnej i grupowej wła ciwe dla obszaru zarz dzenia konfliktem.			K_U04 K_U12	
	2	EP3	Studentów potrafi rozwi zywa konflikty w oparciu o wiadomy wybór strategii komunikacyjnej			K_U03 K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP4	Potrafi, z wykorzystaniem zdobytej wiedzy, monitorowa otoczenie komunikacyjnie i zmniejsza ryzyko wyst pienia konfliktów oraz łagodzi ich skutki.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: negocjacje							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Wprowadzenie do problematyki rozwi zywania konfliktów.					4	1	0
2. Naukowe podstawy wiedzy o konflikcie i jego funkcji w grupie.					4	2	0
3. Umiej tno ci wykrywania sytuacji konfliktogennych					4	2	0
4. Negocjacje (fazy, metody i sposoby prowadzenia)					4	2	0
5. Negocjacje w praktyce (manipulacja, perswazja, teoria gier)					4	2	0

6. Komunikacja emocji w kontekście negocjacji		4	2	0	
7. Międzykulturowy wymiar konfliktu.		4	2	0	
8. Błędy popełniane podczas negocjacji.		4	1	0	
9. Konflikt w mediach, media wobec konfliktu.		4	1	0	
Metody kształcenia	Wykład, rozmowa, warsztat, prezentacja multimedialna, praca w grupach				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP4	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia jest aktywność na zajęciach oraz pozytywna ocena ze sprawdzianu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa (ocena koordynatora) równa się sumie ocen za aktywność na zajęciach oraz za sprawdzian.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	negocjacje		Ważona	
	4	negocjacje [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	R. B. Cialdini (2004): Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańsk				
	Z. Naczk (1998): Negocjacje w biznesie, Kraków				
Literatura uzupełniająca	F. Schulz von Thun (2007): Sztuka rozmawiania, t. 1-4, Kraków				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	7		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	6		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF5: Dziennikarstwo informacyjno-publiczne							
Nazwa przedmiotu: nowe formy informacji (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_58S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest poszerzenie i rozwini cie wiedzy studenta na temat nowych mediów, w szczególno ci internetowych form przekazywania informacji, oraz kształcenie umiej tno ci analizy i interpretacji przekazów z tego rodowiska medialnego.					
Wymagania wst pne:		Student posiada podstawow orientacj w systemie medialnym, szczególnie w zakresie nowych mediów. Przedmioty wprowadzaj ce: brak					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student ma rozszerzon wiedz dotycz c analizy, interpretacji, warto ciowania i problematyzowania przekazów publikowanych w nowych mediach			K_W03	
	2	EP2	ma pogł bion wiedz o zło ono ci j zyka i jego funkcjach w mediach tradycyjnych i internetowych			K_W01 K_W03	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi wyszukiwa , pozyskiwa , selekcjonowa , analizowa i scala informacje pochodz ce ze ródeł internetowych			K_U01	
	2	EP4	potrafi okre li znaczenie, funkcj i miejsce wytworów kultury, ze szczególnym uwzgl dnieniem nowych mediów, w kontek cie historyczno-kulturowym i społecznym			K_U05	
	3	EP5	potrafi współpracowa w grupie, przyjmuj c w niej role zwi zane z publikacja materiałów dziennikarskich oraz zarządzaniem działem on-line w redakcji			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP6	jest zdolny to krytycznej oceny własnych zdolno ci poznawczych w zakresie odbioru tre ci z ró nych mediów			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: nowe formy informacji							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Zaj cia wprowadzaj ce, podstawowe poj cia i definicje					2	3	0

2. Historia i pytania o przyszłość nowych mediów		2	3	0	
3. Nowe wzorce komunikacji masowej		2	3	0	
4. Konwergencja i jej przejawy - przykłady komunikacji opartej na konwergencji		2	3	0	
5. Wykorzystanie konwergencji w procesie przekazywania informacji		2	3	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna zawierająca przykłady (studia przypadków) Praca w grupach Dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP6	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP6	
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	ZO Warunki zaliczenia: pozytywne oceny z aktywności, sprawdzianu i prac pisemnych				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa wystawiana na podstawie: aktywny udział w zajęciach - 20 proc., praca pisemna - 30 proc., sprawdzian - 50 proc.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	nowe formy informacji		Ważona	
	2	nowe formy informacji [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Keen (2007): Kult amatora, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa				
	H. Jenkins (2007): Kultura konwergencji, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	K. Wolny Zmorzyński, W. Furman (2010): Internetowe gatunki dziennikarskie, Internetowe gatunki dziennikarskie, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne		15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu		2	0		
Przygotowanie się do zajęć		9	0		
Studiowanie literatury		4	0		
Udział w konsultacjach		10	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		6	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		4	0		
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: opinia publiczna (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_35S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	10	0	ZO	2	
Razem			10			2	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASIK					
Prowadzący zajęcia:		dr KRZYSZTOF FLASIK					
Cele przedmiotu:		Przekazanie studentom podstawowej wiedzy z zakresu teorii wywierania wpływu przez media masowe na opinię publiczną oraz głównych zasad i sposobów badania opinii publicznej.					
Wymagania wstępne:		Wiedza ogólna z zakresu roli mediów w społeczeństwie, a w szczególności ich kształtowanie poglądów i postaw obywateli.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP4	Student ma pogłębić i uporządkować wiedzę z zakresu kształtowania i badania opinii publicznej.			K_W03 K_W07	
umiejętności	1	EP2	Student potrafi wyszukiwać, pozyskiwać, selekcjonować, analizować i scalać informacje oraz oceniać ich źródła w odniesieniu do badań opinii publicznej.			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP3	Student rozumie potrzebę ustawicznego doskonalenia swoich kompetencji komunikacyjnych i zarządzających oraz inspirowania i organizowania procesu kształcenia innych osób, szczególnie w kontekście pojawiania się nowych form kształtowania opinii publicznej.			K_K04	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: opinia publiczna							
Forma zajęć : wykład							
1. Zajęcia wprowadzające - definicje podstawowych pojęć					1	2	0
2. Teorie wywierania wpływu przez media na społeczeństwo					1	6	0
3. Metody badania opinii publicznej					1	2	0
Metody kształcenia		wykład, prezentacja multimedialna, prezentacyjna analiza tekstu					
Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		SPRAWDZIAN				EP2,EP3,EP4	

Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie pozytywnej oceny ze sprawdzianu pisemnego.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena przedmiotu = równa ocenie ze sprawdzianu pisemnego				
Metoda obliczania oceny kolejnej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	opinia publiczna		Ważona	
	1	opinia publiczna [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	B. Dobek-Ostrowska (2006): Komunikowanie polityczne i publiczne, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa				
	E. Babbie (2013): Podstawy badań społecznych, Wyd. naukowe PWN, Warszawa				
	E. Młyniec (2015): Opinia publiczna, Wyd. Adam Marszałek, Toruń				
	T. Goban-Klas (2005): Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	M. Sokołowski (2010): (R)ewolucja w komunikacji, Wyższa Szkoła Pedagogiczna TWP, Warszawa				
	R. B. Cialdini (2010): Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk				
	red. B. Szmulka, M. Migrodzki (2007): Wprowadzenie do nauki o państwie i polityce, Wyd. UMCS, Lublin				
	S. J. Bbaran, D. K. Davis (2007): Teorie komunikowania masowego, Wyd. UJ, Kraków				
	W. Pisarek (2008): Wstęp do nauki o komunikowaniu, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
	Liczba godzin		W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	10		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	12		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	16		0		
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF5: Dziennikarstwo informacyjno-publiczne							
Nazwa przedmiotu: pisanie informacji i publicystyki (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_56S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	30	0	ZO	4	
Razem			30			4	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Cele przedmiotu:		Intencj prowadz cego jest zapoznanie studentów z genologi dziennikarsk , szczególnie w mediach drukowanych. Student powinien wykaza si umiej tno ci zastosowania wiedzy teoretycznej w praktyce, czyli powinien przygotowa samodzielnie, na zaproponowany przez siebie temat, materiał informacyjny oraz publicystyczny na poziomie kwalifikuj cym tekst do pracy redakcyjnej.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza o gatunkach prasowych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	student ma wiedz z zakresu genologii dziennikarskiej, zna rodzaje i gatunki dziennikarskie oraz wł a ciw dla nich terminologi		K_W06 K_W07		
	2	EP2	student zna cechy wyró niaj ce poszczególnych gatunków dziennikarskich		K_W06 K_W07		
umiej tno ci	1	EP4	student rozpoznaje gatunki dziennikarskie i merytorycznie uzasadnia swoj kwalifikacj		K_U09		
	2	EP5	student posługuje si terminologi wł a ciw dla genologii dziennikarskiej		K_U08		
	3	EP6	student potrafi redagowa teksty b d ce aktualizacj poszczególnych gatunków dziennikarskich		K_U01		
kompetencje społeczne	1	EP7	student jest wiadomy poziomu swojej wiedzy i rozumie potrzeb kszałcenia ustawicznego		K_K03		
	2	EP8	student ma wiadomo odpowiedzialno ci za dorobek kultury obecny w przekazach medialnych		K_K03 K_K04		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: pisanie informacji i publicystyki							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Ogólny podział gatunków dziennikarskich. Informacja, publicystyka, gatunku pogranicza					1	2	0
2. Metody zbierania i selekcji informacji					1	4	0

3. J zyk publikacji dziennikarskiej	1	4	0
4. Ograniczenia prawne w pracy dziennikarza	1	2	0
5. Gatunki informacyjne: wprowadzenie, praca samodzielna, prezentacja efektów i dyskusja	1	5	0
6. Gatunki publicystyczne: wprowadzenie, praca samodzielna, prezentacja efektów i dyskusja	1	6	0
7. Wywiad i reporta : wprowadzenie, praca w grupach, prezentacja efektów i dyskusja	1	4	0
8. Wpływ nowych mediów na prac dziennikarza: wprowadzenie, praca w grupach, prezentacja efektów	1	3	0

Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne oparte na przykładach (studia przypadków) Analiza tekstów Praca samodzielna na bie co kontrolowana i korygowana przez prowadz cego Prezentacja efektów pracy oraz wskazywanie słabych i silnych stron przygotowanych materiałów dziennikarskich				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP5,EP6
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP4,EP5,EP6,EP7
Forma i warunki zaliczenia	Warunki zaliczenia: pozytywne oceny z aktywno ci, pracy pisemnej i sprawdzianu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa na podstawie: - aktywny udział w zaj ciach - 40 proc. - prace pisemne - 40 proc. - sprawdzian - 20 proc.				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	pisanie informacji i publicystyki		Ważona	
	1	pisanie informacji i publicystyki [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	B. Honnassy (2009): Dziennikarstwo publicystyczne, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiello skiego, Kraków				
	J. Fras (2005): Dziennikarski warsztat j zykowy, Wydawnictwo Uniwersytetu Wroclawskiego, Wrocław				
	M. Chyli ski, S. Russ-Mohl (2007): Dziennikarstwo, Grupa Wydawnicza Polskapresse, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca					

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	4	0
Przygotowanie si do zaj	15	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	11	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF1: Produkcja medialna [moduł]							
Nazwa przedmiotu: pisanie kreatywne (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3077_51S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne			Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. ARLETA GALANT					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. ARLETA GALANT					
Cele przedmiotu:		Umiej tno budowania autorskiej pisemnej wypowiedzi o walorach literackich. Umiej tno opisu, analizy oraz interpretacji tekstu autorskiego. Znajomo pisarskich figur retorycznych oraz innych zasad niezbd nych do twórczego i samodzielnego pisania. Znajomo wybranych utworów autotematycznych i podstaw warsztatu pisarskiego.					
Wymagania wst pne:		Znajomo norm poprawnego pisania i mówienia w j zyku polskim.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	Zna zasady samodzielnego, kreatywnego pisania.		K_W03 K_W05		
	2	EP2	Zna kategorie z zakresu analizy i interpretacji tekstu literackiego.		K_W03		
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi posługiwa si (w mowie i pi mie) j zykiem polskim w sposób twórczy i komunikatywny.		K_U07		
	2	EP4	Potrafi analizowa i interpretowa zarówno teksty literackie, jak i u ytkowe.		K_U04		
	3	EP5	Potrafi pracowa z tekstem autorskim.		K_U02		
kompetencje społeczne	1	EP6	Ma wiadomo znaczenia i warto ci samodzielnej i twórczej pracy indywidualnej oraz grupowej.		K_K02 K_K03		
	2	EP7	Ma wiadomo swojego talentu i odpowiedzialnie ów talent wykorzystuje w yciu kulturalnym regionu i kraju.		K_K01 K_K04		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: pisanie kreatywne							
Forma zaj : wiczenia							
1. Wst p do sztuki pisania.					4	2	0
2. Fabuła.					4	2	0
3. Emocje i posta .					4	2	0

4. wiczenia pisarskie.		4	9	0	
Metody kształcenia	praca z tekstem, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	Warunki zaliczenia: pozytywne oceny z pracy pisemnej oraz projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Na ocen ko ców przedmiotu składaj się : ocena z kreatywnej pracy pisemnej (50%) oraz przygotowania projektu grupowego lub indywidualnego (50%).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	pisanie kreatywne		Wa ona	
	4	pisanie kreatywne [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	I. Filipiak (1999): Twórcze pisanie dla młodych panien, Warszawa				
	J. Pilch i in. (1998): Lekcja pisania, Czarne, Wołowiec				
	M. Czermi ska (2000): Autobiograficzny trój k t, Universitas, Kraków				
	M. Duras (2001): Pisa , Izabelin				
Literatura uzupełniają ca	A. Stasiuk (1998): Jak zostałem pisarzem, Czarne, Wołowiec				
	E.Jong (1996): Diabeł na wolno ci, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zaj	6		0		
Studiowanie literatury	11		0		
Udział w konsultacjach	8		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: pisarski warsztat dziennikarski (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_76S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	konwersatorium	20	0	ZO	4
Razem			20			4
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI				
Prowadz cy zaj cia:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI				
Cele przedmiotu:		Przygotowanie studenta do samodzielnej pracy nad tekstem dziennikarskim na ka dym z etapów powstawania wi kszej formy dziennikarskiej, szczególnie publicystycznej ? podczas poszukiwania tematu, zbierania, weryfikowania oraz selekcji informacji, przygotowywania tekstu do publikacji				
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu dziennikarstwa zdobyta w trakcie studiów				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Student dogł bnie poznaje specyfik tych aspektów twórczo ci literackiej, które znajduj zastosowanie w pracy dziennikarskiej.			K_W06
	2	EP2	Student zna i rozumie funkcj gatunków pisarskich w przestrzeni literackiej i nieliterackiej			K_W07
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi tworzy zasoby informacyjne dla twórczo ci pisarskiej.			K_U01
	2	EP4	Student potrafi posługiwa si konwencjami i elementami stylu literackiego w pracy nad tekstem dziennikarskim.			K_U07
kompetencje społeczne	1	EP5	Student jest gotów do wnikliwej analizy własnej wiedzy i umiej tno ci w zakresie pisania tekstów dziennikarskich.			K_K01
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: pisarski warsztat dziennikarski						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Wyznaczniki i systematyka poszczególnych publicystycznych form dziennikarskich					2	2 0
2. Gatunki dziennikarskie na pograniczu literatury i dziennikarstwa					2	2 0
3. Praca z tekstem					2	12 0
4. Zagadnienie materiału ikonograficznego					2	2 0
5. Dziennikarstwo i literatura w nowych mediach					2	2 0
Metody kształcenia		Problemowe aktywizuj ce: przypadków, sytuacyjne, gry decyzyjne, gry symulacyjne Praktyczne: wiczenia przedmiotowe				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
	PROJEKT					EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia jest otrzymanie pozytywnej oceny z kolokwium zaliczeniowego.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu równa się średniej ocen z kolokwium i z projektu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej	
	2	pisarski warsztat dziennikarski		Ważona		
	2	pisarski warsztat dziennikarski [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	Brendan Hennessy (2009): Dziennikarstwo publicystyczne, Kraków					
	David Spark (2007): Dziennikarstwo i media. Studium technik, Kraków					
	Kazimierz Wolny-Zmorzyński (2004): Reportaż – jak go napisać, Warszawa					
Literatura uzupełniająca						
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	20		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0			
Przygotowanie się do zajęć	20		0			
Studiowanie literatury	18		0			
Udział w konsultacjach	20		0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0			
Łączny nakład pracy studenta w godz.	100					
Liczba punktów ECTS	4					

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: pi miennictwo regionalne (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3076_25S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PIOTR KRUPI SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PIOTR KRUPI SKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z wiedz na temat kultury regionu oraz dostarczenie umiej tno ci charakteryzowania twórczo ci regionalnej.					
Wymagania wst pne:		Brak					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Student zna poj cie regionu i regionalizmu w uj ciu literaturoznawczym			K_W01	
	2	EP2	Student ma wiedz na temat dyscyplin i metod naukowych wykorzystywanych w badaniach nad kultur regionu			K_W03	
umiej tno ci	1	EP3	Student potrafi wykorzysta zdobyt wiedz w analizie i krytycznej ocenie tekstów artystycznych i pozaartystycznych (programów telewizyjnych, reklam)			K_U04	
	2	EP4	Student potrafi integrowa wiedz kulturow z wiedz społeczn i historyczn			K_U05	
kompetencje społeczne	1	EP5	Student rozumie potrzeb działa na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu i aktywnie w takich działaniach uczestniczy			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: pi miennictwo regionalne							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Region i regionalizm w uj ciu kulturowym (poj cie małej ojczyzny, regionalizm w literaturze)					2	5	0
2. Elementy regionalne w kulturze (j zyk, folklor, twórczo ludowa)					2	5	0
3. Regionalne kody kulturowe i uniwersalne symbole kulturowe					2	5	0
4. Komunikacja społeczna na poziomie regionalnym i globalnym, warto ci uniwersalne i regionalne w ró nych dziedzinach kultury,					2	5	0

5. Regiony kulturowe a kultura regionalna, edukacja regionalna		2	5	0	
6. Przejawy regionalizmu i uniwersalizmu na płaszczy nie kulturowej		2	5	0	
Metody kształcenia	Praca z tekstem, dyskusja, prezentacje				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	SPRAWDZIAN			EP1,EP2,EP3,EP4	
	PREZENTACJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	ZO warunki zaliczenia: pozytywna ocena ze sprawdzianu i prezentacji				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa: średnia ocen ze sprawdzianu (50%) i prezentacji (50%)				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do średniej
	2	pi miennictwo regionalne		Nieobliczana	
	2	pi miennictwo regionalne [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Z. Bauman, Globalizacja. I co z tego dla ludzi wynika, Warszawa 2000 :				
	Region. To samo . Edukacja, pod red. J. Nikitorowicza, D. Misiejuk, M. Sobeckiego, Białystok 2005 :				
	W. Burszta, W. Kuligowski, Sequel. Dalsze przygody kultury w globalnym świecie, Warszawa 2005 :				
	Z Chojnicki, T. Czy , Region – regionalizacja – regionalizm, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny”, 1992, z. 2, s. 1-18 :				
Literatura uzupełniająca	F. Inglis, Kultura, Warszawa 2007 :				
	W. Burszta, Czytanie kultury, Łódź 1996 :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0			
Przygotowanie się do zajęć	10	0			
Studiowanie literatury	13	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5	0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: podstawy statystyki (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2856_32S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 1 - j język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. IWONA MARKOWICZ					
Prowadzący zajęcia:		dr MAGDALENA MOJSIEWICZ					
Cele przedmiotu:		Nabywanie przez studenta wiedzy z zakresu opisu ilościowych zjawisk ekonomicznych i społecznych oraz przekazanie umiejętności posługiwania się tymi narzędziami w pracy menedżera mediów.					
Wymagania wstępne:		Stosowanie metod z przedmiotu Matematyka w zakresie obowiązkowym na maturze (zakres podstawowy). Zdolność do czytania i rozumienia wyводу logicznego.					
EFEKTY UCZENIA SIĘ							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna parametry opisu cech społeczno-ekonomicznych jednowymiarowych oraz opisu dynamiki zjawisk; rozpoznaje jednocześnie ich własności; zna metody prezentacji wyników badania.			K_W04	
umiejętności	1	EP2	Potrafi właściwie analizować strukturę i przebieg procesów i zjawisk społecznych			K_U02	
	2	EP3	Potrafi w elementarnym stopniu prognozować przebieg procesów i zjawisk ekonomicznych z wykorzystaniem średniego tempa zmian.			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	Potrafi krytycznie ocenić swoje zdolności w zakresie stosowania narzędzi statystycznych			K_K01	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: podstawy statystyki							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Zbiórowość statystyczna, jednostka, cecha statystyczna, metody prezentacji materiału statystycznego, rodzaje szeregów statystycznych					1	2	0
2. Miary tendencji centralnej, miary zróżnicowania ? szereg szczegółowy i szeregi rozdzielcze					1	4	0
3. Problem przedziałów otwartych. Wskaźniki struktury i natężenia.					1	2	0
4. Analiza zależności między cechami ? współczynniki Pearsona i Spearmana					1	4	0
5. Analiza zmian w czasie. Metody uśredniania zmian w czasie. Proste prognozy					1	3	0
Metody kształcenia		Studia przypadków z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych dotyczących badań zjawisk ekonomiczno-społecznych oraz rozwiązywanie zadań, ze szczególnym uwzględnieniem poprawnej interpretacji wyników.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA					EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Studenci oceniani są na podstawie samodzielnie przygotowanej pracy pisemnej. Praca ta polega na odpowiednim zaprezentowaniu danych źródłowych dla wszystkich szeregów statystycznych, przeprowadzeniu analizy struktury dla szeregu rozdzielczego i wyznaczeniu korelacji dla szeregu korelacyjnego.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
Ocena uzyskana z pracy pisemnej jest równocześnie oceną z konwersatorium (zaliczenie) i oceną z przedmiotu						
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	podstawy statystyki		Waga		
	1	podstawy statystyki [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	B k I., Markowicz I., Mojsiewicz M., Wawrzyniak K. (2017): Statystyka opisowa. Przykłady i zadania, CeDeWu, Warszawa					
	B k I., Markowicz I., Mojsiewicz M., Wawrzyniak K. (2015): Wzory i tablice. Metody statystyczne i ekonometryczne, CeDeWu, Warszawa					
	Hozer J. (red) (1998): Statystyka. Cz. I. Opis statystyczny. , Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin					
Literatura uzupełniająca	Roczniki statystyczne i inne wydawnictwa tematyczne, GUS, Urząd Statystyczny w Szczecinie					

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0
Przygotowanie się do zajęć	10	0
Studiowanie literatury	5	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: podstawy zarz dzania (PODSTAWOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2865_73S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	konwersatorium	20	0	E	2
Razem			20			2
Koordynator przedmiotu:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Prowadz cy zaj cia:		dr HUBERT PACHCIAREK				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy dotycz cej procesu zarz dzania organizacjami, rozwini cie umiej tno ci w zakresie stosowania podstawowych narz dzi zarz dzania, identyfikacji problemów dotycz cych zarz dzania oraz dyskusji nad sposobami ich rozwi zywania				
Wymagania wst pne:		Znajomo podstawowych kategorii ekonomicznych i społecznych				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	rozumie zasady i prawidłowo ci efektywnego zarz dzania organizacjami			K_W02
	2	EP2	zna podstawowe teorie oraz metody i techniki zarz dzania			K_W04
	3	EP3	rozumie istot i mechanizmy funkcjonowania organizacji			K_W09
umiej tno ci	1	EP4	umie opisywa i analizowa problemy zarz dzania organizacjami			K_U02
	2	EP5	umie stosowa instrumenty zarz dzania organizacjami			K_U12
	3	EP6	potrafi okre li priorytety, argumentowa swoje stanowisko, pracowa w zespole			K_U11
kompetencje społeczne	1	EP7	rozumie potrzeb kształcenia ustawicznego			K_K01
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: podstawy zarz dzania						
Forma zaj : konwersatorium						
1. Geneza i ewolucja nauk o zarz dzaniu, kierunki rozwoju tej dyscypliny naukowej, charakterystyka typologii podej , wyzwania przed organizacjami XXI wieku, cechy współczesnego zarz dzania					1	4 0
2. Istota zarz dzania, charakterystyka procesu zarz dzania, funkcje zarz dzania, cechy zarz dzania. Zarz dzanie w mediach.					1	4 0
3. Organizacja jako podstawowy obiekt zarz dzania ró ne znaczenia kategorii organizacji, systemowy model organizacji i cechy organizacji jako systemu, cykl ycia organizacji, efekt organizacyjny, charakterystyka otoczenia organizacji i jego komponentów. Specyfika organizacji medialnych.					1	4 0
4. Praca mened era. Role i umiej tno ci mened era, władza i autorytet.					1	4 0

5. Proces decyzyjny rodzaje decyzji, etapy procesu decyzyjnego, czynniki racjonalności, specyfika indywidualnych i grupowych decyzji.		1	4	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, studia przypadków, dyskusja w grupie				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	EGZAMIN PISEMNY			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP7	
	ZAJ ĆIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP4,EP5,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	Efekt dydaktyczny sprawdzany jest przez weryfikację przez obserwację oraz egzamin ustny				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu: ocena jest równa ocenie uzyskanej z egzaminu (70%) i weryfikacji przez obserwację (30%).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	podstawy zarządzania		Ważona	
	1	podstawy zarządzania [konwersatorium]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa	B. Glinka, M. Kostera (2012): Nowe kierunki w organizacji i zarządzaniu, Wolters Kluwer business, Warszawa				
	red. A. K. Komiński, W. Piotrowski (2007): Zarządzanie. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa				
	S.P. Robbins, D.A. DeCenzo (2002): Podstawy zarządzania, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	A.K. Komiński, D. Jemielniak (2011): Zarządzanie od podstaw, Wolters Kluwer business, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	20		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	5		0		
Studiowanie literatury	10		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: polityka regionalna (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_19S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr IZABELA SZAMREJ-BARAN					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z celami, zasadami, metodami działania, instrumentarium, skuteczno ci i efektywno ci polityki regionalnej					
Wymagania wst pne:		ogólna znajomo zagadnie z ekonomii oraz polityki gospodarczej i społecznej, ekonomii rozwoju zrównowa onego; zdolno logicznego my lenia i podawania przykładów sytuacyjnych; umiej tno dyskusowania.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma wiedz na temat współczesnych tendencji rozwojowych dotycz cych podmiotów, rynków, sektorów i pa stwa oraz ich głównych determinant; posiada pogł bion wiedz na temat przemian współczesnego systemu gospodarczego, ich przyczyn, skali i konsekwencji dla regionu			K_W02 K_W04 K_W09	
umiej tno ci	1	EP2	potrafi interpretowa , wyja nia i ocenia zaobserwowane zjawiska i procesy społeczno-gospodarcze oraz wyst puj ce mi dzy nimi relacje; potrafi wła ciwie analizowa przyczyny oraz przebieg zjawisk i procesów społeczno-gospodarczych o zasi gu regionalnym i lokalnym.			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP3	rozumie potrzeb pogł biania wi zi społecznych i kształtowania relacji mi dzy ró nymi instytucjami a społecze stwem; jest przygotowany do uczestniczenia w przygotowaniu projektów społecznych i potrafi przewidywa wielokierunkowe skutki społeczne swojej działalno ci			K_K02 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: polityka regionalna							
Forma zaj : wykład							
1. Poj cie regionu, regionalizacji, rozwoju regionalnego, polityka regionalna - podmioty; cele; zasady i instrumenty					2	3	0
2. Zró nicowanie regionalne w Polsce i UE (wybrane zagadnienia).					2	2	0
3. Konkurencyjno regionów; czynniki konkurencyjno ci. Atrakcyjno inwestycyjna regionów.					2	2	0
4. Podstawy prawne decentralizacji w Polsce; zadania jednostek samorz du terytorialnego					2	1	0

5. Polityka regionalna UE: ewolucja, finansowanie, instrumenty, cele i zasady, Komitet Regionów UE, idea zrównoważonego rozwoju	2	2	0
6. Kompetencje regionów w państwach federalnych, regionalnych i unitarnych; modele podziału kompetencji między różnymi poziomami decyzyjnymi.	2	1	0
7. Realizacja polityki strukturalnej UE w Polsce. Wykorzystanie funduszy strukturalnych w Polsce.	2	2	0
8. Specjalne strefy ekonomiczne w Polsce jako instrument polityki regionalnej i przemysłowo-innowacyjnej. Warunki funkcjonowania Stref w Polsce. Ocena społeczno-ekonomicznych skutków funkcjonowania SSE w Polsce. Case study SSE w Polsce - porównanie wyników. Pojęcia, cele, typy i rodzaje klastrów oraz ich klasyfikacja. Klastry w Polsce i na świecie. (studia przypadków).	2	2	0

Metody kształcenia: praca w grupach, wykład informacyjny z elementami aktywizującymi, prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, film z dyskusją

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3
	PROJEKT	EP1

Forma i warunki zaliczenia: Aby otrzymać pozytywną ocenę należy napisać kolokwium, zdobywając minimum 60% punktów, przygotować i zaprezentować projekt. Ocena składa się w 65% z wyników z kolokwium, 35% z oceny z projektu.

Zasady wyliczania oceny z przedmiotu

Ocena z przedmiotu to ocena z wykładu

Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	polityka regionalna		Ważona	
	2	polityka regionalna [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00

Literatura podstawowa

Szewczuk A., Kogut-Jaworska M., Ziolo M. (2011): Rozwój lokalny i regionalny. Teoria i praktyka, Beck, Warszawa

Kopaska A. (2014): Efektywność decentralizacji (rozdział 1,2), Difin, Warszawa

Korenik S. (2011): Region ekonomiczny w nowych realiach społeczno-gospodarczych, CeDeWu, Warszawa

Smętkowski M. (2013): Rozwój regionów i polityka regionalna w krajach Europy środkowo- wschodniej w okresie transformacji i globalizacji, Wydawnictwo Naukowe Schola, Warszawa

Strzelecki Z. (red.) (2008): Gospodarka regionalna i lokalna, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa

Literatura uzupełniająca

Kryk B. (2015): Realizacja "Strategii Rozwoju Województwa Zachodniopomorskiego" i jej efektywność jako przejaw skuteczności publicznego zarządzania strategicznego, "Barometr Regionalny" 2015, t. 13, nr 4, s. 51-58., Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. J. Korczaka, Warszawa-Opole, Warszawa

Olechnicka A., Wojnar K., Celińska-Janowicz D. (2014): Modele i narzędzia analizy terytorialnej, Wydawnictwo Naukowe Scholar, Warszawa

Szamrej-Baran I. (2016): Ranking krajów UE ze względu na ubóstwo energetyczne, Gospodarka w Praktyce i Teorii, 1429-3730, nr 2 (43), Uniwersytet Łódzki, Łódź

Szamrej-Baran I. (2017): Wielowymiarowa analiza ubóstwa energetycznego w ujęciu regionalnym w Polsce, Studia i Prace WNEiZ, 2080-4881, nr 47 T. 1, Wydawnictwo Naukowe US, Szczecin

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	0	0
Studiowanie literatury	9	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	9	0

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: polityka społeczno-gospodarcza (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2862_69S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wykład	15	0	ZO	3	
Razem			15			3	
Koordynator przedmiotu:		dr IZABELA SZAMREJ-BARAN					
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z podstawowych wiadomości na temat polityki społeczno-gospodarczej, zadania, podmiotów realizujących te polityki oraz stosowanych instrumentów, a także przedstawienie skutków regulacji i interwencji państwa w gospodarce. Przedstawienie sposobu funkcjonowania systemu zabezpieczenia społecznego dla zaspokajania potrzeb społecznych. Podniesienie poziomu wiadomości społecznej studentów w zakresie współczesnych problemów i procesów gospodarczo-społecznych.					
Wymagania wstępne:		ogólna znajomość zagadnień z ekonomii oraz podstaw socjologii; umiejętność analizy, obserwacji zjawisk społecznych i wyrażania wniosków, umiejętność logicznego myślenia i podawania przykładów sytuacyjnych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ze zrozumieniem posługuje się pojęciami z zakresu polityki ekonomicznej i społecznej; definiuje najważniejsze procesy gospodarczo-społeczne i dostrzega ich związki z gospodarką; identyfikuje aktualne problemy społeczno-gospodarcze;			K_W02	
umiejętności	1	EP4	dokonuje obserwacji, opisu i interpretacji wybranych procesów gospodarczych i społecznych, analizuje przyczyny przebiegu tych procesów;			K_U02	
	2	EP5	ocenia różne rozwiązania w zakresie współczesnej polityki gospodarczej i społecznej, identyfikuje koszty i korzyści ekonomiczne i społeczne związane ze stosowaniem tych rozwiązań, a także skutki tych działań dla poszczególnych uczestników życia gospodarczego			K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP6	jest gotów do korzystania z wiedzy fachowej w zakresie kształtowania polityki gospodarczej i społecznej, ma wiadomośc znaczenia stosowania praktyk odpowiedzialnego biznesu			K_K02 K_K04	
	2	EP7	jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w organizacjach/zespołach rozwiązujących złożone problemy społeczno-ekonomiczne, umie współpracować z innymi.			K_K03	
TREŃCIE PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: polityka społeczno-gospodarcza							
Forma zajęć : wykład							
1. Pojęcie, uwarunkowania, cele, funkcje i instrumenty polityki gospodarczej.					2	2	0

2. Wzrost i rozwój gospodarczy.		2	2	0	
3. Cykl koniunkturalny. Polityka stabilizacyjna i jej narzędzia		2	3	0	
4. Polityka społeczna, pojęcie, przyczyny, podmioty, zadania, uwarunkowania		2	2	0	
5. Demograficzne uwarunkowania polityki społecznej. Problematyka zabezpieczenia społecznego, system pomocy społecznej. Polski system emerytalny		2	3	0	
6. Polityka zatrudnienia a bezrobocie		2	1	0	
7. Ubóstwo - pomiar i ograniczanie, wykluczenie/włączenie społeczne		2	2	0	
Metody kształcenia	analiza przypadków stosowania praktyk odpowiedzialnego biznesu, wykład informacyjny z elementami aktywizującymi, prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusją, film z dyskusją				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOŁOKWIUM			EP1,EP4,EP5	
	PROJEKT			EP4,EP6,EP7	
Forma i warunki zaliczenia	Aby otrzymać pozytywną ocenę należy napisać kolokwium, zdobywać co najmniej 60% punktów, przygotować i zaprezentować projekt oraz wziąć aktywny udział w przygotowaniu oraz przeprowadzeniu debaty. Ocena składa się w 50% z wyników z kolokwium, 30% z oceny z debaty oraz 20% z oceny z projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena z przedmiotu to ocena z wykładu					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	polityka społeczno-gospodarcza		Waga	
	2	polityka społeczno-gospodarcza [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Firlit-Fesnak G., Szyłko-Skoczny M. (2018): Polityka społeczna. Podręcznik akademicki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	Kaja J. (2014): POLITYKA GOSPODARCZA, Wstęp do teorii, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa				
	Kryk B. (red.) (2012): Polityka gospodarcza – teoria i praktyka, Economicus, Szczecin				
	Kurzynowski A. (red.) (2006): Polityka społeczna, SGH, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Grewiński M., Karwacki A. (red.) (2015): Innowacyjna polityka społeczna, Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. J. Korczaka, Warszawa-Opole, Warszawa				
	Grewiński M. (red.) (2015): Polityka rynku pracy – w poszukiwaniu polskiego modelu kontraktacji usług (Seria Nowa Polityka Społeczna), Wyższa Szkoła Pedagogiczna im. J. Korczaka, Warszawa-Opole, Warszawa				
	Panek Tomasz (2014): Statystyka społeczna, PWE, Warszawa				
	Rosati D., (2017): POLITYKA GOSPODARCZA Wybrane zagadnienia, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa				
	Szamrej-Baran I. (2016): Deprywacja materialna w gospodarstwach domowych w Polsce na tle państw członkowskich UE, Studia i Prace WNEiZ US, 2080-4881, nr 46 T.1., WNUS, Szczecin				
	Szamrej-Baran I. (2017): Sytuacja rodzinna a ubóstwo: międzypokoleniowe dziedziczenie nierówności w Polsce i Unii Europejskiej, Studia i Materiały Instytutu Transportu i Handlu Morskiego, 2080-6302, nr 14, Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	18		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	15		0		

Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	15	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD						
Nazwa przedmiotu: polski system medialny (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_8S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wykład	15	0	E	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem wykładu jest nabycie pogł bionej wiedzy z zakresu funkcjonowania polskiego systemu medialnego, omówienie strukturalno-przestrzennego układu mediów i ich funkcjonowania w systemach rynkowych. Przedmiot obejmuje prezentacj najwa niejszych krajowych, regionalnych i lokalnych instytucji nadawczych i medialnych w Polsce. Zaj cia maj na celu wykształcenie kompetencji definiowania i rozró niania polskich nadawców medialnych, w celu okre lenia cech polskiego systemu medialnego oraz próby diagnozowania perspektyw jego rozwoju.				
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza o mediach.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	ma pogł bion i rozszerzon wiedz o strukturach, celach, organizacji i funkcjonowaniu podmiotów pierwotnego i wtórnego systemu medialnego. Zna teorie z zakresu o budowie i funkcjach systemu medialnego w Polsce		K_W02	
	2	EP2	ma pogł bion wiedz o relacjach mi dzy podmiotami rynku medialnego a ró nymi instytucjami społecznymi, politycznymi, gospodarczymi oraz instytucjami kultury. Potrafi wskaza przykłady sfer wpływu na funkcjonowanie podmiotów medialnych		K_W11	
umiej tno ci	1	EP3	analizuje i ocenia status dowolnego rodka masowego przekazu w systemie medialnym, dobiera odpowiednie narz dzia i metody analizy mediów		K_U08	
	2	EP4	potrafi okre li znaczenie, funkcj i miejsce instytucji nadawczych i medialnych w polskim systemie medialnym, ze szczególnym uwzgl dnieniem kontekstu historyczno-politycznego funkcjonowania polskich rodków masowego przekazu		K_U02	
	3	EP5	potrafi odpowiednio okre li priorytety słu ce skutecznemu komunikowaniu oraz zarz dzaniu przedsi biorstwem medialnym w odniesieniu do cech polskiego systemu medialnego		K_U07	
kompetencje społeczne	1	EP6	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy zwi zane z wykonywaniem zawodu dziennikarza		K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning

Przedmiot: polski system medialny					
Forma zaj : wykład					
1. 1. System medialny ? zagadnienia teoretyczne: definicja, istota, cechy, struktura; klasyfikacje systemów medialnych wg Sieberta, Petersona i Schramma; instytucje nadawcze i instytucje medialne ? wzajemne zale no ci; media i otoczenie mediów w uj ciu D. McQualia		4	2	0	
2. 2. Transformacja systemu medialnego w Polsce ? przemiany systemowe w Polsce po 1989 roku. ?Okr gły stół? i tzw. ?koszyk medialny?; analiza przemian rynku mediów prasowych, radiowych i telewizyjnych w latach 1989-2015; główne tendencje rozwojowe		4	2	0	
3. 3. Rynek polskich mediów masowych po przemianach ustrojowych do 2015 roku ? ogólnie wiatowe tendencje a rozwój rynku mediów w Polsce; struktura własno ciowa: nowe technologie, koncentracja, komercjalizacja i globalizacja mediów ? wpływ na kształt systemu medialnego		4	2	0	
4. 4. Polski rynek prasowy: ogólnoinformacyjna prasa krajowa i regionalna, tygodniki opinii, czasopisma i magazynu, prasa lokalna ? główne tytuły, nakłady, zasi g, wydawcy i przedsi biorstwa medialne na rynku prasowym		4	4	0	
5. 5. Rynek mediów elektronicznych - nadawcy publiczni ? podstawy funkcjonowania: ró dła finansowania, zadania mediów publicznych, oferta programowa		4	2	0	
6. 6. Radiowi i telewizyjni nadawcy komercyjni: struktura rynku radiowego i telewizyjnego (główni nadawcy, ró dła finansowania, sluchalno i ogl dalno); przykłady koncentracji horyzontalnej i wertykalnej na rynku medialnym		4	3	0	
Metody kształcenia	Podaj ce i problemowe aktywizuj ce				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusa
	EGZAMIN PISEMNY				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6
Forma i warunki zaliczenia	Warunki zaliczenia: pozytywna ocena z egzaminu				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena ko cowa = 100% oceny z egzaminu				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	polski system medialny		Wa ona	
	4	polski system medialny [wykład]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa	B. Dobek-Ostrowska (2010): Polski system medialny na rozdro u. Media w polityce, polityka w mediach, Wrocław				
	M. G dek (2015): Rynek medialny w Polsce. Zarys ewolucji ostatnich czterdziestu lat, Lublin				
	(red.) K. Pokorna- Ignatowicz (2010): Polski system medialny 1989-2011, Kraków				
	(red.) Łukasz Szurmi ski (2010): Media a rok 1989. Obraz przemian i nowe zjawiska na rynku, Warszawa				
	(red.) W. Furman, K. Wolny-Zmorzy ski, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa (2010): Demokratyczne przemiany polskich mediów w latach 1989–2009, Toru				
	(red.) W. Furman, K. Wolny-Zmorzy ski, B. Nierenberg, J. Marszałek-Kawa (2010): Radio i gazety. Transformacja polskich mediów regionalnych po 1989 roku, Toru				
	(red.) Z. Bauer, E. Chudzi ski (2008): Dziennikarstwo i wiat mediów, Kraków				
	T. Mielczarek (2006): Monopol, pluralizm, koncentracja. rodki komunikowania masowego w Polsce w latach 1989-2006, Warszawa				
	W. Sonczyk (1999): Media w Polsce. Zarys problematyki, Warszawa				
Literatura uzupełniaj ca	Adamowski J. (red.) (2000): rodki masowej informacji w Polsce po likwidacji instytucji cenzury (1990-2000), Warszawa				
	B. Dobek-Ostrowska (2003): Media masowe w systemach demokratycznych. Teoretyczne problemy i praktyczny wymiar komunikowania politycznego, Wrocław				
	Kopper G.G., Rutkiewicz I., Schliep K. (1996): Media i dziennikarstwo w Polsce 1989-1995, Kraków				
	S. Michalczyk (2000): Media lokalne w systemie komunikowania. Współczesne tendencje i uwarunkowania rozwojowe, Katowice				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
			Liczba godzin		
			W tym e-learning		

Zajęcia dydaktyczne	15	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	5	0
Przygotowanie się do zajęć	5	0
Studiowanie literatury	5	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: pragmatyka j zykowa (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3081_75S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	konwersatorium	20	0	E	3	
Razem			20			3	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. JOLANTA IGNATOWICZ-SKOWRO SKA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. JOLANTA IGNATOWICZ-SKOWRO SKA					
Cele przedmiotu:		Przekazanie studentom wiedzy na temat sposobów u ywania wyra e j zykowych w zale no ci od sytuacji komunikacyjnej oraz wykształcenie umiej tno ci posługiwania si znakami j zykowymi w sposób adekwatny do okre lonych sytuacji komunikatywnych oraz odpowiedzialno ci za własne zachowania j zykowe.					
Wymagania wst pne:		Wiedza o j zyku polskim na poziomie szkoły redniej					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna elementy aktu komunikacji oraz rozumie ich wpływ na j zykowy kształt wypowiedzi		K_W01 K_W03		
	2	EP2	zna i rozumie terminologi stosowan w pragmatyce j zykowej		K_W01 K_W03 K_W06		
	3	EP3	zna teori aktów mowy, zasady implikatur konwersacyjnych oraz zasady grzeczno ci j zykowej		K_W01 K_W03 K_W06		
umiej tno ci	1	EP4	potrafi operatywnie odró nia składniki aktu mowy		K_U04 K_U07		
	2	EP6	wła ciwie odczytuje implikatury i uzasadnia swoje stanowisko		K_U04 K_U06 K_U07 K_U08		
kompetencje społeczne	1	EP7	analizuje poziom swojej wiedzy i rozumie potrzeb ustawicznego samokształcenia		K_K01 K_K02		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: pragmatyka j zykowa							
Forma zaj : konwersatorium							
1. J zyk naturalny na tle innych znaków j zykowych, jego budowa i wyró niki					1	4	0
2. Funkcje j zyka					1	2	0
3. Akty mowy - podstawowe poj cia, typologia aktów mowy, wiczenia w rozpoznawaniu aktów mowy					1	2	0
4. Zasady kooperacji P. Grice'a, problematyka rozpoznawania po rednich aktów mowy i ich 4 interpretacji					1	3	0
5. Etyka j zykowego obcowania					1	3	0

6. Zasady grzeczności językowej		1	3	0	
7. Kulturowe uwarunkowania aktów mowy		1	3	0	
Metody kształcenia	praca z tekstem, praca w grupach, dyskusja, prezentacje				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	EGZAMIN PISEMNY		EP1,EP2,EP3,EP4,EP6,EP7		
	PREZENTACJA		EP1,EP2,EP3,EP4,EP6,EP7		
	ZAJĘCIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJĘ)		EP1,EP2,EP3,EP4,EP6,EP7		
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem dopuszczenia do egzaminu pisemnego jest zaliczenie konwersatoriów na podstawie pozytywnej oceny z prezentacji i aktywności na zajęciach.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena końcowa (ocena koordynatora) = 100 % oceny z egzaminu pisemnego				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	pragmatyka językowa		Ważona	
	1	pragmatyka językowa [konwersatorium]	egzamin		1,00
Literatura podstawowa	Grbowiec J. (2013): Mówi i działa. Wykłady z pragmatyki, Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław				
	Grzegorzczkowska R. (2007): Wstęp do językoznawstwa, PWN, Warszawa				
	Kalisz R. (1993): Pragmatyka językowa, Wydawnictwo Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk				
Literatura uzupełniająca	Levinson S.C. (2010): Pragmatyka językowa, PWN, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	20		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	9		0		
Studiowanie literatury	20		0		
Udział w konsultacjach	11		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	8		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: promocja (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2866_43S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 3 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	konwersatorium	20	0	E	2	
Razem			20			2	
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. EWA FRĄCKIEWICZ					
Przewodzący zajęcia:		prof. dr hab. EWA FRĄCKIEWICZ					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest uzyskanie przez studenta wiedzy z zakresu rodzajów i sposobów promowania ofert oraz umiejętności wykorzystania różnych narzędzi promocji.					
Wymagania wstępne:		Wiedza ogólna z ekonomii, szczególnie w zakresie funkcjonowania mechanizmu rynkowego, podstaw marketingu i zarządzania.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym stopniu zasady tworzenia strategii promocyjnych i metody ich wdrażania			K_W09	
umiejętności	1	EP2	potrafi współtworzyć programy realizacji działań promocyjnych w oparciu o umiejętności współpracy w grupie i kierowaniem pracą grupy.			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP3	potrafi, podczas planowania działań promocyjnych, dbać o społeczne przestrze komunikowania i stosować reguły odpowiedzialnego biznesu			K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: promocja							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Komunikacja marketingowa a promocja. Promocja miks.					3	2	0
2. Modele komunikowania się					3	2	0
3. Promocja osobista					3	2	0
4. Komunikacja masowa ? reklama					3	2	0
5. Formy promocji					3	4	0
6. Budowa strategii promocyjnej					3	3	0
7. Pomiar promocji					3	3	0
8. Współpraca z agencjami promocji.					3	2	0
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, studia przypadków, wyczenia indywidualne i w grupach.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY					EP1,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)					EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Oceny z egzaminu i z obserwacji, ka da co najmniej dostateczna.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena z przedmiotu to ocena z egzaminu (70%) i z obserwacji (30%).					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	promocja		Wa ona		
	3	promocja [konwersatorium]	egzamin		1,00	
Literatura podstawowa	Taranko T. (2015): Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty, Wolters Kluwer, Warszawa					
	Wiktor J.W. (2013): Komunikacji marketingowa, WN PWN, Warszawa					
Literatura uzupełniaj ca	Kall J., (2010): Reklama, PWE, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
		Liczba godzin				
		W tym e-learning				
Zaj cia dydaktyczne	20		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0			
Przygotowanie się do zaj	6		0			
Studiowanie literatury	7		0			
Udział w konsultacjach	10		0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	5		0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50					
Liczba punktów ECTS	2					

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: seminarium magisterskie (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_77S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: fakultatywny				Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski, semestr: 3 - j. język polski, semestr: 4 - j. język polski		
Rok	Semestr	Forma zaj.	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	seminarium	30	0	ZO	4
2	3	seminarium	30	0	ZO	6
	4	seminarium	30	0	ZO	13
Razem			90			23
Koordynator przedmiotu:		prof. dr hab. ANDRZEJ SKRENDO				
Prowadzący zajęcia:		prof. dr hab. ANDRZEJ SKRENDO				
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z metodologią pisania prac magisterskich, przygotowanie do wykonania badań, napisania i obrony pracy magisterskiej				
Wymagania wstępne:		ukończone studia licencjackie, tytuł zawodowy licencjata				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	01 Student ma pogłębić i uporządkować wiedzę z zakresu metodologii prowadzenia badań naukowych w naukach humanistycznych i ekonomicznych			K_W01 K_W02
	2	EP2	Student ma poszerzyć wiedzę z zakresu etycznych aspektów przygotowywania pracy magisterskiej			K_W07 K_W12
	3	EP3	Student ma pogłębić wiedzę o strukturach i instytucjach społecznych, ze szczególnym uwzględnieniem instytucji kształtujących współczesne życie społeczno-kulturalne i gospodarcze			K_W08

umiej tno ci	1	EP4	Student potrafi wyszukiwa , pozyskiwa , selekcjonowa , analizowa i scala informacje oraz ocenia ich ródła	K_U01
	2	EP5	Student potrafi twórczo rozwi zywa zło one problemy w zakresie nauk o komunikacji i mediach oraz nauk ekonomicznych z wykorzystaniem samodzielnie zdobytej wiedzy i rozszerzonych kompetencji badawczych wła ciwych dla studiowanych dyscyplin	K_U03
	3	EP6	Student potrafi zastosowa wiedz mediach i zarz dzaniu do innowacyjnych rozwi za badawczych i profesjonalnych	K_U02 K_U03
	4	EP7	Student potrafi porozumiewa si ze specjalistami i niespecjalistami w zakresie wiedzy humanistycznej oraz wiedzy o ekonomii i zarz dzaniu	K_U08
	5	EP8	Student potrafi przygotowa rozszerzon wypowied z wiedzy z zakresu humanistyki dziennikarskiej lub nauk o ekonomii i zarz dzaniu ? tak w mowie, jak i w pi mie	K_U07 K_U09
	6	EP10	Student rozumie potrzeb ustawicznego uczenia si , potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedz i umiej tno ci, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny	K_U12
	7	EP11	Student potrafi odpowiednio okre li priorytety słu ce realizacji okre lonego przez siebie lub innych zadania	K_U07
kompetencje społeczne	1	EP9	Korzysta z norm, reguł prawnych i etycznych, posługuj c si nimi do rozwi zywania problemów zwi zanych z zarz dzaniem i podejmowaniem decyzji	K_K04

TRE CI PROGRAMOWE	Semestr	Liczba godzin	
			w tym e-learning

Przedmiot: **seminarium magisterskie**

Forma zaj : **seminarium**

1. Istota, cele oraz etyczne aspekty przygotowywania pracy magisterskiej. Wymagania merytoryczne i formalne stawiane pracy magisterskiej. Poszukiwanie, selekcja, gromadzenie materiałów. Technika pisania pracy.	2	7	0
2. Wybór tematu pracy (dyskusja nad propozycjami promotora i studentów). Dobór i studiowanie pi miennictwa (referowanie post pów pracy studentów).	2	7	0
3. Ustalenie celu i problemu badawczego. Propozycje sposobu rozwi zania problemu badawczego (dyskusja, zatwierdzenie przez promotora).	2	8	0
4. Opracowanie planu pracy (referowanie na seminarium i pisemne opracowanie, zatwierdzenie przez promotora). Formułowanie hipotez roboczych, analiza i wybór metod i technik badawczych	2	8	0
5. Omówienie bada własnych studentów i ich analiza. Dyskusja, formułowanie i weryfikacja wniosków	3	10	0
6. Proces pisania zasadniczej cz ci pracy, referowanie i bie ca kontrola promotorska post pów i poprawno ci (merytorycznej i formalnej).	3	10	0
7. Prezentacja fragmentów prac pisanych przez studentów i dyskusja	3	10	0
8. Redakcja kolejnych fragmentów pracy, w tym cz ci wst pnej i cz ci ko cowej pracy magisterskiej (prezentacja i dyskusja). Strona tytułowa, porz dkowanie spisu tre ci, spisu wykorzystanych ródeł	4	10	0
9. Przedstawienie pełnej wersji pracy, kryteria i procedura oceny (recenzji) pracy	4	10	0
10. Przygotowanie do egzaminu magisterskiego (omówienie przebiegu, przedmiotu egzaminu)	4	10	0

Metody kształcenia	Analiza tekstów z dyskusj Praca w grupach Prezentacja		
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu
	PRACA DYPLOMOWA		EP1,EP10,EP11,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)		EP1,EP10,EP11,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7,EP8,EP9

Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem zaliczenia semestru 2 jest wybór tematu, sformułowanie celu i problemu badawczego oraz opracowanie planu pracy magisterskiej. Warunkiem zaliczenia semestru 3 jest napisanie jednego rozdziału pracy magisterskiej. 4 semestr ko czy si egzaminem. Warunkiem przyst pienia do niego jest przygotowanie cało ci pracy magisterskiej				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie za wykonywane przy realizacji przedmiotu prace				

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	seminarium magisterskie		Nieobliczana	
	2	seminarium magisterskie [seminarium]	zaliczenie z ocen		
	3	seminarium magisterskie		Nieobliczana	
	3	seminarium magisterskie [seminarium]	zaliczenie z ocen		
	4	seminarium magisterskie		Nieobliczana	
	4	seminarium magisterskie [seminarium]	zaliczenie z ocen		

Literatura podstawowa	Bo J., Jak pisa prac magistersk , Kolonia, Wrocław 2003. :				
	Wojciechowska R., Przewodnik metodyczny pisanie pracy dyplomowej, Difin, Warszawa 2010. :				
	Wójcik K., Pisz akademick prac dyplomow , magistersk , doktorsk , Wydawnictwo Wolter Kluwers Polska, Warszawa 2011. :				

Literatura uzupełniają ca	Pułło A., Prace magisterskie i licencjackie. Wskazówki dla Studentów, Wydawnictwa Prawnicze PWN, Warszawa 2000. :				
	Urban S., Łado ski W., Jak napisa dobr prac magistersk , Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej im. Oskara Langego we Wrocławiu, Wrocław 2001. :				
	W gli ska M., Jak pisa prac magistersk . Poradnik dla studentów, Oficyna wydawnicza Impuls, Kraków 2010. :				
	Wójcik K., Pisz prac magistersk : poradnik dla autorów akademickich prac promocyjnych licencjackich, magisterskich, doktorskich, SGH, Warszawa 2000. :				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	90	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	10	0
Przygotowanie si do zaj	150	0
Studiowanie literatury	100	0
Udział w konsultacjach	105	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	120	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	575	
Liczba punktów ECTS	23	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: specjalistyczne dziennikarstwo ponadnarodowe (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_23S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 4 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr ARTUR TRUDZIK					
Prowadzący zajęcia:		dr ARTUR TRUDZIK					
Cele przedmiotu:		Przygotowanie teoretyczne do pracy w mediach (prasa, radio, telewizja, Internet) zorientowanych na kulturę masową, muzykę rozrywkową lub w działach kulturalno-społecznych oraz muzycznych redakcji regionalnych, krajowych i ponadnarodowych					
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza o specyfice mediów regionalnych i transgranicznych oraz orientowanie się w aktualnych zagadnieniach dotyczących kultury masowej, zwłaszcza muzyki popularnej (jazz, rock, pop)					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym stopniu wybrane obszary wiedzy ogólnej z zakresu dziennikarstwa specjalistycznego			K_W01	
	2	EP2	zna w pogłębionym stopniu problematykę zło ono ci j języka w aspekcie specjalistycznych form komunikowania			K_W06	
	3	EP3	ma pogłębioną wiedzę o roli dziennikarstwa specjalistycznego w dyskursie publicznym			K_W10	
umiejętności	1	EP4	potrafi pozyskiwać specjalistyczne informacje z różnych źródeł			K_U01	
	2	EP5	potrafi waloryzować efekty twórczości badawczej w zainteresowaniu dziennikarstwa specjalistycznego			K_U05	
	3	EP6	potrafi formułować pytania badawcze do wybranych, w określonych dziedzinach wiedzy o kulturze			K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP7	potrafi krytycznie oceniać własną wiedzę o mediach			K_K01	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: specjalistyczne dziennikarstwo ponadnarodowe							
Forma zajęć : konwersatorium							
1. Media regionalne i ponadregionalne na tle ogólnopolskich (specyfika, analogie, dyferencje)					4	3	0
2. Znaczenie kultury masowej we współczesnym świecie;					4	3	0
3. Rozwój prasy, radia, telewizji w kontekście muzyki popularnej;					4	3	0
4. Analiza i omówienie materiałów poświęconych muzyce popularnej w wybranych tytułach prasy regionalnej i ponadregionalnej					4	3	0
5. Określenie zawartości regionalnych i ponadnarodowych programów telewizyjnych w kontekście jazzu, rocka, popu					4	3	0

Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, analiza tekstów z dyskusj , opracowanie projektu indywidualnego, wykorzystanie w praktyce elementów statystyki i Big Data				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5,EP6,EP7
	PREZENTACJA				EP1,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	ZO				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	warunki zaliczenia: pozytywna ocena za projekt i prac pisemn ocena ko cowa = rednia ocen za projekt (50%) i prac pisemn (50%)				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	specjalistyczne dziennikarstwo ponadnarodowe		Wa ona	
	4	specjalistyczne dziennikarstwo ponadnarodowe [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Roguska (2012): Media globalne –media lokalne, Kraków				
	A. Schmidt (1997): Historia jazzu: 1945-1990. , Lemat				
	L. Gnoi ski, J. Skaradzi ski (2006): Encyklopedia polskiego rocka, In Rock				
	W. Weiss (2000): Wielka encyklopedia rocka, Iskry				
Literatura uzupełniają ca	Prasa, radio, telewizja regionalna oraz specjalistyczna a tak e wykorzystanie zasobów internetu				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0		
Przygotowanie się do zaj	10		0		
Studiowanie literatury	5		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM						
Nazwa przedmiotu: strategie rozwoju mediów (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIJ2714_11S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność: menedżer w mediach		
Status przedmiotu: fakultatywny			Język przedmiotu: semestr: 2 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	2	konwersatorium	20	0	ZO	4
		wykład	10	0	E	
Razem			30			4
Koordynator przedmiotu:		dr KATARZYNA KAZOJ				
Prowadzący zajęcia:		dr hab. KRZYSZTOF JANASZ				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy z zakresu zarządzania, analizy strategicznej współczesnych mediów, formułowania strategii oraz nowoczesnych koncepcji i metod zarządzania na rynku mediów, a także wprowadzenie do praktycznego tworzenia strategii rozwoju przedsiębiorstw medialnych.				
Wymagania wstępne:		Student zna podstawowe pojęcia z zakresu zarządzania, nauki o organizacji oraz rozumie potrzeby kształcenia ustawicznego				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę z zakresu zarządzania strategicznego oraz strategii rozwoju przedsiębiorstwa na rynku mediów		K_W02	
	2	EP2	Ma wiedzę dotyczącą zasad tworzenia przedsiębiorstw, zwłaszcza medialnych		K_W08	
umiejętności	1	EP3	Potrafi analizować i oceniać zjawiska społeczne i ekonomiczne z wykorzystaniem złożonych metod oraz zaawansowanego dorobku teoretycznego		K_U02	
	2	EP4	Potrafi przygotować rozszerzoną wypowiedź z wiedzy o strategii rozwoju przedsiębiorstwa medialnego		K_U07 K_U08	
kompetencje społeczne	1	EP5	Kształtuje swój odpowiedzialny postaw na polu strategicznego zarządzania mediami.		K_K03	
TRECI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin	
					w tym e-learning	
Przedmiot: strategie rozwoju mediów						
Forma zajęć : wykład						
1. Mechanizmy rynkowe i determinanty funkcjonowania sektora mediów ? podstawy teoretyczne				2	2	0
2. Zarządzanie strategiczne ?istota, zasady, koncepcje i cele				2	1	0
3. Proces formułowania strategii rozwoju przedsiębiorstwa na rynku mediów				2	1	0
4. Rynek mediów w Polsce i na świecie				2	2	0
5. Strategie finansowania przedsiębiorstwa medialnego				2	2	0

6. Innowacje w strategii rozwoju mediów	2	2	0
Forma zaj : konwersatorium			
1. Media na rynku ? zasady funkcjonowania przedsi biorstw i sektora w Polsce i na wiecie	2	2	0
2. Metody analizy strategicznej	2	4	0
3. Determinanty procesu formułowania strategii rozwoju przedsi biorstwa na rynku mediów	2	2	0
4. Analiza makrooczenia w odniesieniu do rynku mediów ? z wykorzystaniem case study i pracy w grupach	2	3	0
5. Analiza otoczenia konkurencyjnego ? z wykorzystaniem case study i pracy w grupach	2	3	0
6. Ocena potencjału strategicznego dla wybranego podmiotu rynku mediów ? z wykorzystaniem case study i pracy w grupach	2	3	0
7. Implementacja strategii i kontrola strategiczna w przedsi biorstwie funkcjonuj cym na rynku mediów	2	3	0

Metody kształcenia Wykłady, konwersatoria, z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, dyskusje studentów, analizy przypadków, burza mózgów

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2
	PREZENTACJA	EP1,EP4,EP5
	PROJEKT	EP2,EP3,EP5

Forma i warunki zaliczenia Wykonanie pracy zaliczeniowej: przygotowanie projektu i jego prezentacja lub badania i prezentacja ich wyników. Zaliczenie wicze na podstawie ocen cz stkowych otrzymanych w trakcie semestru za okre lone działania i prace studenta: **aktywno , przygotowany projekt**
Zasady wyliczania oceny z przedmiotu
Przedmiot ko czy si egzaminem - ocena z egzaminu jest jednocze nie ocen z wykładu.
Forma i warunki egzaminu: pytania opisowe oraz zadania z zakresu wiedzy uzyskanej podczas wykładów.
Ocena z przedmiotu jest obliczana jako rednia arytmetyczna ocen uzyskanych z egzaminu i zaliczenia.

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	strategie rozwoju mediów		Ważona	
	2	strategie rozwoju mediów [wykład]	egzamin		0,60
	2	strategie rozwoju mediów [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		0,40

Literatura podstawowa
K. Janasz, W. Janasz, K. Koziół, K. Szopik , Zarza?dzanie strategiczne. Koncepcje, metody, strategie, wyd II zmienione. Difin Warszawa 2010, ;
Strategia rozwoju rynku medialnego w Polsce 2015-2020, red. W. Dziomdziora, Wyd. Fundacja Sztuka-Media-Film, czerwiec 2015; ;
T. Białobocki, J. Moroz, M. Nowina-Konopka, L.W. Zacher, Społecze stwo informacyjne. Istota, rozwój, wyzwania, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2010 ;
T. Goban-Klas, Cywilizacja medialna, Warszawa 2005 ;
Z. Bajka, Historia mediów, Wyd. ABC-Media, Warszawa 2008 ;

Literatura uzupełniają ca
Lisowska-Magdżiarz M.: Media powszechne. rodki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w yciu codziennym Polaków u progu XXI wieku. Kraków 2008. ;
Media masowe na wiecie : modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa. pr. zb. pod red. B. Dobek- Ostrowska, Wyd. Uniwersytetu Wrocławskiego, Wrocław 2007; ;
S. Marek, M. Białasiewicz, Podstawy nauki o organizacji. PWE Warszawa 2011 ;

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie si do zaj	12	0
Studiowanie literatury	5	0
Udział w konsultacjach	15	0

Przygotowanie projektu / eseju / itp.	20	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	16	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	100	
Liczba punktów ECTS	4	

SYLABUS (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD						
Nazwa przedmiotu: systemy medialne na wiecie (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_9S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
2	4	wykład	15	0	ZO	2
Razem			15			2
Koordynator przedmiotu:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAULINA OLECHOWSKA				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest wykształcenie umiej tno ci rozumienia mechanizmów i uwarunkowa decyduj cych o funkcjonowaniu mediów masowych w wybranych pa stwach oraz w skali ogólno wiatowej. W efekcie przeprowadzonych zaj student powinien zna teoretyczne modele systemów medialnych, naby zdolno ci porównywania i klasyfikowania ró nych systemów medialnych, rozumie mechanizmy i podstawy działania rodków masowego przekazu w wybranych krajach wiata, ze szczególnym uwzgl dnieniem takich czynników ich funkcjonowania jak: komercjalizacja, konwergencja mediów, globalizacja i koncentracja.				
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza o mediach				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	ma pogł bion i rozszerzon wiedz o strukturach, celach, organizacji i funkcjonowaniu rynków prasowych, radiowych i telewizyjnych w systemach medialnych wybranych krajów. Zna teori w zakresie klasyfikacji systemów medialnych			K_W08
	2	EP2	ma pogł bion wiedz o relacjach mi dzy podmiotami rynku medialnego a ró nymi instytucjami społecznymi, politycznymi, gospodarczymi oraz instytucjami kultury wybranych krajów. Potrafi wskaza przykłady sfer wpływu na funkcjonowanie podmiotów medialnych w poszczególnych systemach medialnych			K_W11
umiej tno ci	1	EP3	potrafi analizowa i ocenia status dowolnego rodka masowego przekazu w systemie medialnym wybranych krajów, doбира odpowiednie narz dzia i metody analizy mediów			K_U05
	2	EP4	potrafi okre li znaczenie, funkcj i miejsce instytucji nadawczych i medialnych w wybranych systemach medialnych w odniesieniu do teorii systemów medialnych			K_U02
kompetencje społeczne	1	EP5	jest gotów do kształtowania funkcji społecznej przedsi biorstwa medialnego z uwzgl dnieniem dynamiki mi dzynarodowych procesów społecznych i pojawiaj cych si st d zagro e			K_K04
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: systemy medialne na wiecie						

Forma zaj : wykład						
1. 1. Teoretyczne klasyfikacje systemów medialnych, ujęcie porównawcze ? model liberalny, demokratycznego korporacjonizmu, spolaryzowanego pluralizmu			4	3	0	
2. 2. Międzynarodowe instytucje nadawcze i medialne: współczesne agencje prasowe; globalne sieci telewizyjne i radiowe; procesy koncentracji, komercjalizacji i globalizacji produkcji oraz dystrybucji w sferze mediów			4	2	0	
3. 3. Systemy medialne w wybranych krajach ? Stany Zjednoczone			4	2	0	
4. 4. Systemy medialne w wybranych krajach ? Wielka Brytania			4	2	0	
5. 5. Systemy medialne w wybranych krajach ? Francja			4	2	0	
6. 6. Systemy medialne w wybranych krajach ? Niemcy			4	2	0	
7. 7. Systemy medialne w wybranych krajach ? Japonia			4	2	0	
Metody kształcenia		Podaj ce i problemowe aktywizuj ce				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu	
		KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia		Warunki zaliczenia: pozytywna ocena z kolokwium				
		Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
		Ocena końcowa jest oceną za kolokwium (pytania otwarte i zamknięte)				
Metoda obliczania oceny końcowej		Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
		4	systemy medialne na świecie		Ważona	
		4	systemy medialne na świecie [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa		D.C.Hallin. P.Mancini (2007): Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków				
		K. Jakubowicz (2010): Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką, Warszawa				
		(red.) Aleksandra Matykiewicz-Włodarska, Monika Łufińska (2014): Systemy medialne państw Unii Europejskiej. Nowe kraje członkowskie, Toru				
		(red.) Aleksandra Matykiewicz-Włodarska, Monika Łufińska (2016): Systemy medialne państw Unii Europejskiej. Kraje pierwszej trójki, Wyd. Adam Marszałek, Toru				
		(red.) Alicja Jaskiernia, Janusz Adamowski (2012): Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju?, Warszawa				
		(red.) B. Dobek-Ostrowska (2007): Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa, Wrocław				
		(red.) J. W. Adamowski (2008): Wybrane zagraniczne systemy medialne, Warszawa				
		(red.) Z. Oniszczyk, M. Gierula (2007): Mało znane systemy medialne, Sosnowiec				
Literatura uzupełniająca		B. Golka (2001): System medialny Francji, Warszawa				
		B. Golka (2004): System medialny stanów Zjednoczonych, Warszawa				
		B. Ociepka, M. Ratajczak (2000): Media i komunikowanie polityczne. Niemcy, Austria, Szwajcaria, Wrocław				
		K. Konarska (2007): System mediów elektronicznych w Wielkiej Brytanii, Toru				
		Mik C. (1999): Media masowe w europejskim prawie wspólnotowym, Toru				
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			15	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2	0		

Przygotowanie si do zaj	0	0
Studiowanie literatury	15	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	8	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Nazwa przedmiotu: szkolenie BHP (INNE DO ZALICZENIA)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_62S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :	
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	5	0	Z	0
Razem			5			0
Koordynator przedmiotu:		mgr APOLONIUSZ KURYLCZYK				
Prowadz cy zaj cia:						
Cele przedmiotu:		Przekazanie studentom wiedzy o bezpiecze stwie i higienie pracy, ochronie p.po , udzielaniu pierwszej pomocy oraz prawach i obowi zkach pracownika				
Wymagania wst pne:		brak				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu
wiedza	1	EP1	Zna prawne, organizacyjne i etyczne uwarunkowania wykonywania działalno ci zawodowej w ramach studiowanego kierunku studiów			
umiej tno ci	1	EP2	Potrafi identyfikowa b ł dy i zaniedbania w praktyce			
kompetencje społeczne	1	EP3	Realizuje zadania w sposób zapewniaj cy bezpiecze stwo własne i otoczenia, w tym przestrzega zasad bezpiecze stwa pracy			
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: szkolenie BHP						
Forma zaj : wykład						
1. Regulacje prawne: - uregulowania prawne dotycz ce bezpiecze stwa pracy i ochrony zdrowia w prawodawstwie polskim i Unii Europejskiej , - obowi zki uczelni, przeło onych w zakresie zapewnienia bezpiecznych i higienicznych warunków pracy i nauki, czynniki ergonomiczne w kształtowaniu warunków pracy, w tym normy higieniczne dla stałych pomieszcze pracy.					1	1 0
2. Czynniki niebezpieczne fizyczne, biologiczne i chemiczne na zaj ciach laboratoryjnych, pracowniach i w czasie zaj terenowych, - unikanie zagro e ze szczególnym uwzgl dnieniem rodków ochrony zbiorowej i indywidualnej ? post powanie powypadkowe (uregulowania prawne, ubezpieczenia wypadkowe.).					1	1 0
3. Udzielanie pierwszej pomocy przedmedycznej w sytuacji wypadkowej, apteczki pierwszej pomocy					1	1 0
4. Podstawy prawne w zakresie ochrony p.po . systemy wykrywania po arów. substancje palne i wybuchowe , zapobieganie zagro eniom po arowym , post powanie w czasie po aru i innych miejscowych zagro eniach, podr czny sprz t ga niczy, ewakuacja					1	2 0
Metody kształcenia		wykład, prezentacja multimedialnarezenta				

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)					EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Z warunkiem uzyskania zaliczenia jest merytoryczna obecno na zaj ciach					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	warunkiem uzyskania zaliczenia jest merytoryczna obecno na zaj ciach					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	1	szkolenie BHP		Nieobliczana		
	1	szkolenie BHP [wykład]	zaliczenie			
Literatura podstawowa	B. R czkowski (2010): BHP w praktyce, Gda sk					
	Kodeks pracy :					
	Rozporz dzenia Rektora US :					
Literatura uzupełniają ca	D. Koradecka (1999): Bezpiecze stwo pracy i ergonomia, Warszawa					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne			5	0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu			0	0		
Przygotowanie się do zaj			5	0		
Studiowanie literatury			0	0		
Udział w konsultacjach			0	0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0	0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			0	0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.			10			
Liczba punktów ECTS			0			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z						
Moduł: Wykład ogólnouczelniany do wyboru [moduł]						
Nazwa przedmiotu: teoria komunikacji (OGÓLNOUCZELNIANE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_65S	
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami						
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 	
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski		
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS
				w tym e-learning		
1	1	wykład	30	0	ZO	3
Razem			30			3
Koordynator przedmiotu:		dr BOGDAN BALICKI				
Prowadz cy zaj cia:		dr BOGDAN BALICKI				
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest wprowadzenie studentów do ogólnej teorii komunikacji rozumianej jako dziedzina, w której za punkt wyj cia przyjmuje si proces komunikowania jako pierwotnych wobec wszystkich inny procesów społecznych; studenci zostan zaznajomieni z najnowszymi osi gni ciami kognitywistyki, konstruktywizmu, teorii systemów społecznych oraz koncepcjami umysłu niezbd nymi do rozumienia zło ono ci komunikowania za pomoc mediów i w mediach.				
Wymagania wst pne:		Ogólna wiedza humanistyczna z zakresu literaturoznawstwa, socjologii, filozofii lub ekonomii.				
EFEKTY UCZENIA SI						
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada ogóln wiedz o filozoficznych i naukowych koncepcjach bazowych dla teorii komunikacji;		K_W01	
	2	EP2	Posiada pogł bion i usystematyzowan wiedz o nowoczesnych teoriach komunikacji i ich zastosowaniu w analizie zjawisk społeczne stwa medialnego;		K_W03	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi porusza si w ród najnowszych modeli teoretycznych wła ciwych dla teorii komunikacji;		K_U04 K_U05	
	2	EP4	Potrafi twórczo analizowa zjawiska społeczne z wykorzystaniem ró nych modeli komunikowania;		K_U06	
kompetencje społeczne	1	EP5	Zna i rozumie potrzeb ustawicznego kształtowania i pogł biania wiedzy z zakresu komunikacji mi dzyludzkiej w kontek cie i zmieniaj cej si rzeczywisto ci społeczne stwa medialnego.		K_K01 K_K02	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin
						w tym e-learning
Przedmiot: teoria komunikacji						
Forma zaj : wykład						
1. Zagadnienia organizacyjne. Wprowadzenie to tematyki ogólnej teorii komunikacji					1	2 0
2. Klasyczne koncepcje filozoficzne w zakresie teorii komunikacji					1	5 0
3. Klasyczne koncepcje komunikacji mi dzyludzkiej					1	5 0

4. Elementy historii społeczeństwa medialnego oraz ich odniesienie do obszaru naukowej konceptualizacji komunikowania	1	4	0
5. Nowoczesne koncepcje filozoficzne w zakresie nauki o komunikacji	1	5	0
6. Nowoczesne koncepcje naukowe jako podstawa teorii komunikacji	1	5	0
7. Znaczenie wiedzy teoretycznej o komunikacji dla praktyki badawczej i zawodowej	1	4	0

Metody kształcenia	wykład z elementami prezentacji multimedialnej				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	ZO Zaliczenie na podstawie kolokwium pisemnego				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena kołowa (ocena koordynatora) = ocenie z kolokwium pisemnego				
Metoda obliczania oceny kołowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	teoria komunikacji		Ważona	
	1	teoria komunikacji [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Briggs, P. Burke, Społeczna historia mediów. Od Gutenberga do Internetu, przeł. J. Jedliński, Warszawa 2010. :				
	B. Dobek-Ostrowska, Podstawy komunikowania społecznego, Wrocław 2007. :				
	J. Fiske, 1999. Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, przeł. A. Gierczak, Wrocław 1999; :				
Literatura uzupełniająca	M. Fleischer, Ogólna teoria komunikacji, przeł. M. Burnecka, M. Fleischer, Wrocław 2007. :				
	Radykalny Konstruktoryzm. Antologia, Wrocław 2006. :				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zajęcia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie się do zajęć	0	0
Studiowanie literatury	23	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0
Ł. CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: translatorium dziennikarskie w j zyku obcym (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2975_24S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : dziennikarstwo regionalne i transgraniczne		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk angielski (100%)			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wiczenia	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		mgr ALINA SZWAJCZUK					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. PAWEŁ WOLSKI					
Cele przedmiotu:		Pogł bienie wiedzy na temat metod analizy, interpretacji i tłumaczenia przekazów prasowych. Pogł bienie znajomo ci j zyka obcego, zdobycie umiej tno ci czytania oraz tłumaczenia obcoj zycznych tekstów prasowych, jak równie prowadzenia na ich temat dyskusji w j zyku obcym. Wyposa enie w umiej tno korzystania z zasobów prasy obcoj zycznej, z odpowiednich słowników i korpusów j zykowych.					
Wymagania wst pne:		znajomo j zyka obcego na poziomie B2					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna i rozumie terminy, metody analizy i interpretacji przekazów prasowych			K_W01	
umiej tno ci	1	EP2	Dokonuje przekładu tekstu prasowego z j zyka obcego na j zyk polski, opatruj c go komentarzem.			K_U10	
	2	EP3	Proponuje własne rozwi zania translatorskie, argumentuj c ich zasadno .			K_U07	
	3	EP4	Analizuje wła ciwo ci formalne, tematyk i funkcj wybranych tekstów prasowych obcoj zycznych.			K_U04	
kompetencje społeczne	1	EP5	D y ustawicznie do doskonalenia kompetencji j zykowych w zakresie j zyka obcego przez prac z tekstami obcoj zycznymi.			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: translatorium dziennikarskie w j zyku obcym							
Forma zaj : wiczenia							
1. Tłumacz: twórca czy odtwórca? Problemy przekładu, granice nieprzekładalno ci					4	4	0
2. Przygotowanie do pracy nad tekstem: a. efektywne korzystanie ze słowników jedno- i dwuj zycznych; b. analityczna strategia lektury tekstu oryginału, sporz dzenie list terminów, nazw, cytatów, słów kluczowych; c. podstawowe strategie i transformacje przekładowe; d. uwzgl dnianie w przekładzie tekstu jego: ogólnego charakteru gatunkowego i funkcji, wła ciwo ci stylu i j zyka, nacechowania emocjonalnego, spójno ci retorycznej, modalno ci, kontekstu macierzystego.					4	4	0
3. Warsztaty czytania, rozumienia i tłumaczenia z j zyka obcego na j zyk polski wybranych tekstów prasowych informacyjnych i publicystycznych pochodz cych z bie cej prasy zagranicznej lub ich wyda internetowych (dzienniki, tygodniki, miesi czniki, kwartalniki z uwzgl dnieniem prasy bran owej).					4	5	0

4. Krytyczna analiza zawarto ci wybranych tytułów prasy obcoj zycznej		4	2	0	
Metody kształcenia	Analiza tekstów z dyskusj , wiczenia translatoryczne				
Metody weryfikacji efektów uczenia si				Nr efektu uczenia si z sylabusu	
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA			EP1,EP2,EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Warunki zaliczenia pozytywna ocena za prac pisemn				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena ko cowa to ocena za prac pisemn					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	translatorium dziennikarskie w j zyku obcym		Nieobliczana	
	4	translatorium dziennikarskie w j zyku obcym [wiczenia]	zaliczenie z ocen		
Literatura podstawowa	Goban-Klas T. (1984): Analiza zawarto ci przekazów masowych, w: Wybrane zagadnienia teoretyczno-metodologiczne bada socjologicznych, pod red. J. Wasilewskiego. Kraków :				
	Lipi ski K. (2006): Vademecum tłumacza, Idea. Kraków :				
	Wybrane tytuły prasy obcoj zycznej. :				
Literatura uzupełniaj ca	Tłumacz i jego kompetencje autorskie. Warszawa :				
	Bednarczyk A. (2008): W poszukiwaniu dominanty translatorskiej. Warszawa :				
	Pie kos J. (2003): Podstawy przekładoznawstwa: od teorii do praktyki. Kraków Lege y ska A. (1999): :				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zaj cia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0			
Przygotowanie si do zaj	10	0			
Studiowanie literatury	5	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10	0			
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: warsztat dziennikarza radiowego (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIJ119_4S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 2 - j. język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadzący zajęcia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie studentów z warsztatem dziennikarskim właściwym radiowym formom wypowiedzi i przygotowanie ich do zastosowania tej wiedzy w praktyce.					
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza na temat gatunków dziennikarskich (informacyjnych oraz publicystycznych).					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	W pogłębionym stopniu zna teorię radiowych gatunków dziennikarskich.			K_W01	
umiejętności	1	EP2	Potrafi pozyskiwać, selekcjonować i wykorzystywać informacje stosownie do wykonywanego zadania dziennikarskiego oraz oceniać wartość informacji w korelacji z klasyfikacją ich ról.			K_U01	
kompetencje społeczne	1	EP3	Jest przygotowany/przygotowana do wiadomego i etycznego pełnienia roli zawodowej dziennikarza radiowego.			K_K04	
TRECI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: warsztat dziennikarza radiowego							
Forma zajęć : wiczenia							
1. Analiza warsztatowa wybranych form radiowych.					2	2	0
2. Dźwięk jako istota dziennikarstwa radiowego.					2	2	0
3. Realizacja informacyjnych form radiowych i ich montaż.					2	2	0
4. Redagowanie serwisu informacyjnego i jego prezentacja.					2	2	0
5. Sztuka wywiadu dziennikarskiego.					2	2	0
6. Realizacja form publicystycznych i dokumentalnych.					2	2	0
7. Reportaże radiowe.					2	3	0
Metody kształcenia		Prezentacja radiowych form dziennikarskich i ich analiza warsztatowa, praca z mikrofonem, rejestracja dźwięku, opracowanie materiału i jego montaż.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM					EP1,EP2,EP3
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)					EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie na podstawie: kolokwium, zaj praktycznych (weryfikacji przez obserwacj).					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Ocena na wyliczona na podstawie: zaj praktycznych (weryfikacji przez obserwacj) (50 %) i kolokwium (50 %).					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	2	warsztat dziennikarza radiowego		Ważona		
	2	warsztat dziennikarza radiowego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00	
Literatura podstawowa	M. Chyliński, S. Russ-Mohl (2008): Dziennikarstwo, Grupa Wydawnicza Polska Presse, Warszawa					
	Z. Bauer (2009): Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Universitas, Kraków					
Literatura uzupełniająca	Z. Jarzobowski (2009): Słuchowiska szczecińskiego radia. Studia z pogranicza literatury i sztuki radiowej, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin					
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne			15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu			2		0	
Przygotowanie się do zajęć			8		0	
Studiowanie literatury			8		0	
Udział w konsultacjach			12		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.			0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia			5		0	
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.			50			
Liczba punktów ECTS			2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: warsztat pracy dziennikarza prasowego (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_3S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	wiczenia	30	0	ZO	2	
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Przygotowanie do praktycznego wykonywania zawodu dziennikarza, przede wszystkim w zakresie pisania tekstów, zarówno informacyjnych, jak i publicystycznych.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa orientacja w rodzajach i gatunkach prasowych.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna na poziomie rozszerzonym terminologi j zyka dziennikarskiego, a tak e posiada pogł bion wiedz o rodzajach i gatunkach wypowiedzi prasowych.			K_W02	
	2	EP2	Ma pogł bion wiedz o j zyku współczesnych przekazów medialnych.			K_W07	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi zarówno krytycznie interpretowa , jak i tworzy teksty dziennikarskie - informacyjne i publicystyczne.			K_U08	
	2	EP4	Potrafi współpracowa w grupie - przede wszystkim z innymi dziennikarzami i redaktorami.			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP5	wiadomie przygotowuje si do wykonywania zawodu dziennikarza.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: warsztat pracy dziennikarza prasowego							
Forma zaj : wiczenia							
1. Wiedza teoretyczna a praktyka zawodu dziennikarza.					2	2	0
2. Doskonalenie warsztatu dziennikarskiego w perspektywie przemian mediów.					2	2	0
3. Prawa i obowi zki dziennikarzy.					2	2	0
4. J zykowy warsztat dziennikarza prasowego.					2	2	0
5. Wywiad dziennikarski - dobór rozmówców i reguły prowadzenia rozmowy.					2	2	0
6. Internet jako ródło informacji i narz dzie pracy dziennikarzy.					2	2	0
7. Prasowe odmiany gatunków dziennikarskich.					2	4	0

8. Gatunkowe cechy informacji prasowej.	2	2	0
9. Redagowanie gatunków prasowych (wzmianka, informacja, relacja i in.).	2	6	0
10. Dziennikarstwo ledcze w prasie.	2	2	0
11. Reporta jako gatunek prasowy.	2	2	0
12. Zasady pracy w redakcji prasowej.	2	2	0

Metody kształcenia	Prezentacje multimedialne, analiza tekstów z dyskusj , pisanie pracy pisemnej (eseju/rozprawki), wykład konwersatoryjny.				
Metody weryfikacji efektów uczenia si					Nr efektu uczenia si z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP1,EP2,EP3,EP5
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP1,EP2,EP3,EP4,EP5
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywna ocena ze sprawdzianu, pracy pisemnej oraz aktywno ci.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	rednia ocen: aktywny udział w dyskusjach (50 %), praca pisemna (25 %), sprawdzian (25%).				
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	warsztat pracy dziennikarza prasowego		Wa ona	
	2	warsztat pracy dziennikarza prasowego [wiczenia]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	I. Borkowski (2011): Współczesny prasowy wywiad dziennikarski. Techniki prowadzenia, opracowanie, publikacja, Wrocławski Rocznik Historii Mówionej, Wrocław				
	I. Dobosz (2011): Prawo prasowe. Podr cznik, Wolters Kluwer, Warszawa				
	W. Adamczyk (2007): W poszukiwaniu to samo ci Deep Throat. Ochrona informatorów dziennikarskich ledztw na przykładzie afery Watergate, Media - Kultura - Społecze stwo, Łód				
	W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzy ski (2007): Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, j zyk, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Kraków				
Literatura uzupełniają ca	B. Poulet (2011): mier gazet i przyszło informacji, Czarne, Wołowiec				

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	30	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie si do zaj	4	0
Studiowanie literatury	4	0
Udział w konsultacjach	6	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	3	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	1	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50	
Liczba punktów ECTS	2	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-TiPD							
Nazwa przedmiotu: warsztat redaktora (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_5S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : teoria i praktyka dziennikarstwa		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	30	0	ZO	3	
Razem			30			3	
Koordynator przedmiotu:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Prowadz cy zaj cia:		dr SŁAWOMIR IWASIÓW					
Cele przedmiotu:		Przekazanie teoretycznej wiedzy oraz skorelowanych z ni umie tno ci praktycznych z zakresu redakcyjnego opracowania tekstów - zwłaszcza dziennikarskich (prasowych) - zarówno pod wzgl dem merytorycznym, jak i j zykowym.					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza z zakresu prasowych gatunków dziennikarskich - informacyjnych i publicystycznych					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Posiada usystematyzowan i poszerzon wiedz z zakresu gatunków dziennikarskich.			K_W03	
	2	EP2	Ma pogł bion wiedz o j zykowej budowie tekstu dziennikarskiego.			K_W07	
umie tno ci	1	EP3	Potrafi redagowa teksty dziennikarskie - zarówno pod wzgl dem j zykowym, jak i merytorycznym.			K_U10	
	2	EP5	Dobrze współpracuje w grupie i potrafi w niej odnale odpowiednie dla siebie rol .			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP6	Dostrzega potrzeb rozwijania kompetencji redaktorskich.			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: warsztat redaktora							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Rola i zadania redaktorów w społecze stwie postinformacyjnym.					2	4	0
2. Opracowanie planu wydawniczego: inicjatywa wydawnicza, koncepcja edytorska dzieła, terminarz.					2	4	0
3. Organizacja pracy redakcyjnej: kontakty z autorami, zbieranie i selekcja materiałów, ró dła informacji.					2	4	0
4. Redagowanie tekstu: redakcja merytoryczna, redakcja j zykowa.					2	4	0
5. Przygotowanie publikacji do wydania: skład, korekta j zykowa, druk.					2	4	0
6. Doskonalenie warsztatu edytorskiego: kultura j zyka, technologie informacyjne, nowe media.					2	4	0
7. Adiustacja tekstu (komputerowa i tradycyjna).					2	6	0
Metody kształcenia		Prezentacje multimedialne, analiza tekstów z dyskusj , pisanie pracy pisemnej (eseju/rozprawki), wykład konwersatoryjny.					

Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	SPRAWDZIAN				EP1,EP2
	PRACA PISEMNA/ ESEJ/ RECENZJA				EP3
ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)				EP5,EP6	
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywna ocena z aktywności, pracy pisemnej i sprawdzianu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Aktywny udział w dyskusjach (50 %), praca pisemna (25 %), sprawdzian (25%).				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	warsztat redaktora		Ważona	
	2	warsztat redaktora [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	B. Osuchowska (2005): Poradnik autora, tłumacza i redaktora, Inicjał, Warszawa				
	J. Dunin (2003): Wstęp do edytorstwa, Wydawnictwo WSHE, Łódź				
	J. Trzynadłowski (1976): Edytorstwo. Tekst, język, opracowanie, Wydawnictwo Naukowo-Techniczne, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	S. Ayad, R. Cave (2015): Historia książki. Od glinianych tabliczek po e-booki, Arkady, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	6		0		
Studiowanie literatury	6		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	11		0		
Łączny nakład pracy studenta w godz.	75				
Liczba punktów ECTS	3				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF4: Kreacja wizerunku [moduł]							
Nazwa przedmiotu: warto firmy a jej wizerunek (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2866_60S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 1 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	1	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KRZYSZTOF BŁO SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KRZYSZTOF BŁO SKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zapoznanie z podstawowymi elementami wpływaj cymi na warto firmy oraz jej wizerunek, podstawow zale no ci mi dzy warto ci firmy a jej wizerunkiem					
Wymagania wst pne:		Student zna podstawy ekonomii, marketingu i zarz dzania firm ; posiada umiej tno obserwacji i formułowania wniosków, student potrafi pracowa w grupie.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna i rozumie czym jest warto firmy w perspektywie prawa, finansów, marketingu i rachunkowo ci			K_W02 K_W04	
	2	EP2	zna i rozumie czym jest wizerunek firmy i jego uwarunkowania			K_W02 K_W04	
umiej tno ci	1	EP3	umie przedstawi relacje ł cz ce warto firmy z jej wizerunkiem			K_U03	
	2	EP4	umie poł czy i zinterpretowa informacje dotycz ce warto ci firmy oraz jej odbioru przez otoczenie			K_U02 K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP5	rozumie potrzeb ci głęgo doskonalenia nabytej wiedzy i umiej tno ci			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: warto firmy a jej wizerunek							
Forma zaj : wykład							
1. Warto firmy z perspektywy prawa, finansów, marketingu i rachunkowo ci					1	2	0
2. Metody szacowania warto ci firmy					1	1	0
3. Zarz dzanie warto ci firmy					1	4	0
4. Charakterystyka najwa niejszych aktywów niematerialnych przedsi biorstwa i ich znaczenie					1	1	0
5. Ogólne zasady pomiarów aktywów niematerialnych					1	1	0

6. Uwarunkowania wizerunku firmy		1	2	0	
7. Proces zarządzania wizerunkiem firmy		1	4	0	
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem pokazów multimedialnych				
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się z sylabusu			
	KOLOKWIUM	EP1,EP2,EP3,EP4,EP5			
Forma i warunki zaliczenia	Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium. W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana warunków zaliczenia przedmiotu na następujące wymogi: Przygotowanie wicze (ilość zgodna z przewidzianą ilością zajęć) dot. wizerunku firmy i/lub jej wartości Przekazanie przygotowanych wicze poprzez platformę Centrum Nauczania Zdalnego US w określonym terminie (dwa tygodnie od momentu omówienia treści poszczególnych wicze)				
	W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana metod weryfikacji efektów uczenia się na następujące: wiczenia				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z przedmiotu jest równa ocenie uzyskanej z kolokwium. W okresie nauczania hybrydowego lub wyłącznie nauczania zdalnego nastąpi zmiana zasad wyliczania oceny z przedmiotu na następujące wymogi: Ocena z przedmiotu jest równa średniej arytmetycznej pozytywnych ocen z poszczególnych wicze				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	1	wartość firmy a jej wizerunek		Wartość	
	1	wartość firmy a jej wizerunek [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	J. Low, P. C. Kalafut (2004): Niematerialna wartość firmy, Oficyna Ekonomiczna, Kraków				
	P. Szczepankowski (2007): Wycena i zarządzanie wartością przedsiębiorstwa, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa				
	pod red. A. Szablewskiego i R. Tuzimka (2004): Wycena i zarządzanie wartością firmy, Poltext, Warszawa				
	pod red. A. Szablewskiego, K. Pniewskiego, B. Bartoszewicza (2008): Value Based Management. Konceptcje, narzędzia, przykłady, Poltext, Warszawa				
	Wojciech Budzyński (2002): Zarządzanie wizerunkiem firmy, Monografie i Opracowania nr 495 Szkoła Główna Handlowa, Warszawa				
Literatura uzupełniająca					
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin		W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		1		0	
Przygotowanie się do zajęć		0		0	
Studiowanie literatury		10		0	
Udział w konsultacjach		14		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		0		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		10		0	
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.		50			
Liczba punktów ECTS		2			

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF1: Produkcja medialna [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie firm producenck (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2715_48S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : 		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. KATARZYNA KOZIOŁ-NADOLNA					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. KATARZYNA KOZIOŁ-NADOLNA					
Cele przedmiotu:		W efekcie realizacji przedmiotu studenci nab d now wiedz na temat zarz dzania firm producenck .					
Wymagania wst pne:		Podstawowa wiedza ekonomiczna, znajomo podstawowych poj zwi zanych z zarz dzaniem i finansami przedsi biorstw					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Zna typy i zakres działalno ci firm producenckich			K_W02 K_W08 K_W09	
	2	EP2	Potrafi wymieni i scharakteryzowa podstawowe obszary zarz dzania firm producenck			K_W02 K_W08 K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	Dokonuje obserwacji i interpretuje zjawiska ekonomiczne. Posiada umiej tno rozumienia i analizowania zjawisk gospodarczych w kontek cie zarz dzania firm producenck			K_U01 K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	Rozumie potrzeb ci głęgo doskonalenia swoich kompetencji zarz dczych			K_K01 K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie firm producenck							
Forma zaj : wykład							
1. Zakres działalno ci i rodzaje firm producenckich					3	3	0
2. Finansowanie firm producenckich					3	2	0
3. Strategie działania w firmach producenckich					3	3	0
4. Zarz dzenie kapitałem ludzkim w firmach producenckich					3	2	0
5. Dystrybucja i podstawy zarz dzania sprzeda w firmach producenckich					3	3	0
6. Podstawowe kwestie prawne zwi zane z prowadzeniem firmy producenckiej (warto ci intelektualne i prawne, copyright, patenty)					3	2	0

Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, studia przypadków, dyskusja				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Warunkiem uzyskania zaliczenia przedmiotu jest uzyskanie 60% pozytywnych odpowiedzi na kolokwium.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
100% oceny stanowi kolokwium w formie pisemnej zawieraj ce od 5-6 pyta otwartych					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	3	zarządzanie firm produkcyjnych		Ważona	
	3	zarządzanie firm produkcyjnych [wykład]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	A. Wieczorek-Szymańska, W. Leoński, M. Szczepkowska (red.) (2018): Uwarunkowania rozwoju organizacji i gospodarki. Konkurencyjność i zasoby ludzkie, volumina.pl, Szczecin				
	Katarzyna Kozioł-Nadolna, Karolina Beyer, Barbara Czerniachowicz (red.) (2018): Uwarunkowania rozwoju organizacji. Innowacyjność i przedsiębiorczość, volumina.pl, Szczecin				
	W. Janasz, K. Janasz, K. Kozioł, K. Szopik-Depczyńska (2010): Zarządzanie strategiczne. Koncepcje. Metody. Strategie., Difin, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	S. Marek, M. Białasiewicz (Red.) (2010): Podstawy nauki o organizacji. Przedsiębiorstwo jako organizacja gospodarcza., PWE, Warszawa				
	Kantar Millward Brown, PISF (2018): Raport „Widz kinowy w Polsce” 2018, Warszawa				
	PwC Polska Sp. z o.o. (2015): Wsparcie podatkowe produkcji filmowej w Polsce, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne	15		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2		0		
Przygotowanie się do zajęć	0		0		
Studiowanie literatury	8		0		
Udział w konsultacjach	10		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	15		0		
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: zarz dzanie informacj w mediach (KIERUNKOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2857_44S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 3 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	3	laboratorium	15	0	E	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr TOMASZ ŁUKASZEWSKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr TOMASZ ŁUKASZEWSKI					
Cele przedmiotu:		Zastosowanie systemów klasy CMS do tworzenia i zarz dzania tre ci serwisów internetowych.					
Wymagania wst pne:		Znajomo Internetu i umiej tno obsługi komputera na poziomie podstawowym					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma uporz dkowan wiedz ogóln z zakresu technologii informatycznych w stopniu wystarczaj cym do posługiwania si nimi na potrzeby studiowanego kierunku studiów			K_W04 K_W08	
umiej tno ci	1	EP2	Umie samodzielnie zdobywa wiedz i rozwija umiej tno ci z zakresu nowoczesnych technologii w dziennikarstwie			K_U01 K_U12	
kompetencje społeczne	1	EP3	Rozumie potrzeb ustawicznego doskonalenia swoich kompetencji komunikacyjnych i zarz dczych oraz inspirowania i organizowania procesu kształcenia innych osób			K_K01 K_K03	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzanie informacj w mediach							
Forma zaj : laboratorium							
1. Zasady projektowania portali internetowych					3	2	0
2. Instalacja i konfiguracja Joomla					3	2	0
3. Tworzenie struktury i funkcjonalno ci portalu internetowego					3	4	0
4. Wprowadzanie tre ci i zarz dzanie ni					3	4	0
5. Szablony graficzne					3	2	0
6. Pozycjonowanie, optymalizacja i bezpiecze stwo portalu internetowego					3	1	0
Metody kształcenia		Praca własna z wykorzystaniem oprogramowania komputerowego Opracowanie projektu w grupach					

Metody weryfikacji efektów uczenia się						Nr efektu uczenia się z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY					EP1,EP2,EP3
	PROJEKT					EP1,EP2,EP3
Forma i warunki zaliczenia	Przygotowanie i prezentacja projektu przygotowanego na podstawie treści przekazywanych podczas laboratoriów oraz zdanie egzaminu.					
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu					
	Uzyskana przez studenta ocena z projektu jest jednocześnie oceną z przedmiotu. Przygotowany przez grupę projekt podlega ocenie punktowej, a kierownik grupy dokonuje rozdziału punktów pomiędzy członków zespołu wykonującego projekt. Ocena końcowa równa się średniej arytmetycznej z prezentacji i egzaminu.					
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej	
	3	zarządzanie informacją w mediach		Ważona		
	3	zarządzanie informacją w mediach [laboratorium]	egzamin		1,00	
Literatura podstawowa	Graf, Hagen (2007): Joomla!: System zarządzania treścią, Helion, Gliwice					
	Rahmel, Dan. (2010): Joomla! profesjonalne tworzenie stron WWW, Helion, Gliwice					
Literatura uzupełniająca						
NAKŁAD PRACY STUDENTA						
			Liczba godzin			
			W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	15		0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0		0			
Przygotowanie się do zajęć	10		0			
Studiowanie literatury	5		0			
Udział w konsultacjach	10		0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	10		0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	0		0			
Ł. CZYNY nakład pracy studenta w godz.	50					
Liczba punktów ECTS	2					

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Nazwa przedmiotu: zarz dzanie marketingowe w mediach (KIERUNKOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2866_38S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalno :			
Status przedmiotu: obowi zkowy			J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski				
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	10	0	ZO	3	
		wykład	10	0	E		
Razem			20			3	
Koordynator przedmiotu:		dr MAGDALENA KOWALSKA					
Prowadz cy zaj cia:		prof. dr hab. IGA RUDAWSKA					
Cele przedmiotu:		Celem jest wskazanie na konieczno marketingowego zarz dzania przedsi biorstwem medialnym w celu budowy pozycji rynkowej przez firmy; zapoznanie studentów z metodami analizy sytuacji marketingowej firmy medialnej oraz nabycie umiej tno ci opracowania planu marketingowego w zespole.					
Wymagania wst pne:		student wymienia i definiuje podstawowe zagadnienia mikro i makro ekonomii, marketingu, podstaw zarz dzania, rozró nia poszczególne metody prowadzenia bada marketingowych, wymienia poszczególne funkcje realizowane w firmach student ocenia zmiany zachodz ce na rynku, organizuje proces pozyskiwania informacji na temat konkretnej firmy lub produktu student potrafi pracowa w zespole, posiada umiej tno komunikacji					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna proces zarz dzania marketingowego we wspóczesnych organizacjach medialnych		K_W04		
	2	EP2	wymienia i charakteryzuje elementy struktury planu marketingowego		K_W08		
umiej tno ci	1	EP3	konstruuje plan marketingowy dla wybranej firmy lub produktu		K_U02		
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotowy do działa przedsi biorczych i rozwi zuje problemy praktyczne		K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzanie marketingowe w mediach							
Forma zaj : wykład							
1. Zmiany w rodowisku biznesowym wspóczesnych przedsi biorstw medialnych					2	2	0
2. Analiza bie cej sytuacji marketingowej organizacji medialnych, zasady formułowania celów marketingowych					2	2	0
3. Narz dzanie wspomagaj ce proces okre lania celów i strategii marketingowych					2	2	0
4. Strategie marketingowe, program działa marketingowych, ustalenie bud etu działa i kontrola działa					2	4	0
Forma zaj : konwersatorium							
1. Analiza organizacji medialnej					2	2	0

2. Analiza otoczenia przedsi biorstwa medialnego	2	2	0
3. Przygotowanie analiz portfelowych słu cych do wyboru strategii marketingowego działania	2	2	0
4. Formułowanie misji, celów działaln o ci i strategii działania przedsi biorstwa medialnego	2	2	0
5. Opracowanie programu działła marketingowych oraz sposobów kontroli działła	2	2	0

Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, dyskusja, praca w grupach, prezentacja projektu przez studentów		
--------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------	--	--

Metody weryfikacji efektów uczenia si		Nr efektu uczenia si z sylabusu
	EGZAMIN PISEMNY	EP1,EP2,EP3
	PROJEKT	EP2,EP3,EP4

Forma i warunki zaliczenia	Zaliczenie wykładu - Egzamin w formie testu Student otrzymuje ocen dostateczn otrzyma co najmniej 70% punktów mo liwych do zdobycia Student otrzymuje ocen dobr je li otrzyma co najmniej 80% punktów mo liwych do zdobycia Student otrzymuje ocen bardzo dobr je li otrzyma co najmniej 90% punktów mo liwych do zdobycia Zaliczenie wicze - projekt w postaci planu marketingowego		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena z przedmiotu stanowi redni wa on z egzaminu i projektu.		

Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zarz dzanie marketingowe w mediach		Arytmetyczna	
	2	zarz dzanie marketingowe w mediach [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		
	2	zarz dzanie marketingowe w mediach [wykład]	egzamin		

Literatura podstawowa	E. Fr ckiewicz, J. Karwowski, M. Karwowski, E. Rudawska (2004): Zarz dzanie marketingowe, PWE, Warszawa		
	M. Dzieko ski, R. Kozielski (2007): Jak szybko napisa profesjonalny plan marketingowy, Oficyna, Kraków		

Literatura uzupełniają ca	Z. Knecht (2008): Zarz dzanie marketingiem, C.H. Beck, Warszawa		
---------------------------	-----------------------------------------------------------------	--	--

NAKŁAD PRACY STUDENTA

	Liczba godzin	
		W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	20	0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	2	0
Przygotowanie si do zaj	10	0
Studiowanie literatury	10	0
Udział w konsultacjach	10	0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	23	0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	0	0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	75	
Liczba punktów ECTS	3	

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie procesami (SPECJALNO CI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNO CIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2935_12S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno : mened er w mediach		
Status przedmiotu: obowi zkowy				J zyk przedmiotu: semestr: 2 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. MAREK KUNASZ					
Cele przedmiotu:		Celem jest przedstawienie istoty i prawidłowo ci podej cia procesowego w zarz dzaniu oraz poznanie zasad i narz dzi zarz dzania procesowego.					
Wymagania wst pne:		w zakresie wiedzy: ogólna znajomo wybranych koncepcji i metod zarz dzania, struktur organizacyjnych i struktur zarz dzania (wiadomo wad i zalet poszczególnych rozwi za); w zakresie umiej tno ci: zdolno opisu rzeczywisto ci organizacyjnej z wykorzystaniem technik opisowych (np. stenografii organizatorskiej), zaprojektowania rozwi za strukturalnych (struktura organizacyjna i struktura zarz dzania), okre lania celów i konstruowania systemów pomiaru rzeczywisto ci organizacyjnej; w zakresie kompetencji społecznych: umiej tno pracy oraz wpojony nawyk kształcenia ustawicznego.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna zasady i narz dzia zarz dzania procesowego		K_W04 K_W08		
umiej tno ci	1	EP2	potrafi zaprogramowa i wdroy metodyk zarz dzania procesami w organizacji		K_U03		
	2	EP3	potrafi opisa i zmapowa proces		K_U03		
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotów do zarz dzania procesami gospodarczymi z uwzgl dnieniem zasad społecznej odpowiedzialno ci biznesu		K_K03		
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie procesami							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Orientacja funkcjonalna i procesowa					2	3	0
2. Podej cie procesowe w koncepcjach zarz dzania					2	2	0
3. Metodyka wdra ania zarz dzania procesowego					2	2	0
4. Identyfikacja procesów					2	2	0
5. Standaryzacja i odwzorowywanie procesów					2	2	0
6. Formy organizacji procesowej					2	2	0
7. Wdra anie zarz dzania procesowego					2	2	0

Metody kształcenia	prezentacja multimedialna, dyskusja, symulacje, studia przypadków, praca w grupach, opracowanie projektu.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się					Nr efektu uczenia się z sylabusu
	KOLOKWIUM				EP1,EP2
	PROJEKT				EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Podstawa zaliczenia: projekt grupowy, który powinien zawierać: charakterystykę wybranej firmy, identyfikację grup procesów (zobrazowanych opisowo i na mapie relacji), opis wybranego procesu i składających się na podprocesów, propozycję zmian w strukturze organizacyjnej oraz opis wybranej czynności organizacyjnej oraz kolokwium - test wiedzy z pytaniami jednokrotnego wyboru oraz pytaniami opisowymi.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
	Ocena z przedmiotu jest średnią arytmetyczną ocen cząstkowych z każdej metody weryfikacji				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zarządzanie procesami		Ważona	
	2	zarządzanie procesami [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	Brilman J. (2002): Nowoczesne koncepcje i metody zarządzania, PWE, Warszawa				
	Grajewski P. (2007): Organizacja procesowa, PWE, Warszawa				
	Kunasz M. (2010): Praktyczne aspekty zarządzania procesami, Economicus, Szczecin				
	Kunasz M. (2010): Zarządzanie procesami, Economicus, Szczecin				
	Muller R., Rupper P. (2000): Process reengineering, Astrum, Wrocław				
	Rummler G.A., Brache A.P. (2000): Podnoszenie efektywności organizacji, PWE, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	Czasopisma: Zarządzanie na wzięcie, Manager, Przegląd organizacji, Problemy Jakości:				
	Grajewski P. (2003): Koncepcja struktury organizacji procesowej, Dom Organizatora, Toru				
	Hammer M. (1999): Reinżynieria i jej następstwa, PWN, Warszawa				
	Hamrol A., Mantura W. (2002): Zarządzanie jakością. Teoria i praktyka, PWN, Warszawa				
	Kisielnicki J. (2008): Zarządzanie. Jak zarządzać i być zarządzanym, PWE, Warszawa				
	Łuczak J., Matuszak-Flejszman A. (2007): Metody i techniki zarządzania jakością, Quality Progress, Poznań				
	Romanowska M., Trocki M. (red.) (2004): Podejście procesowe w zarządzaniu, SGH, Warszawa				
	Weiss E., Godlewska M. (red.) (2007): Nowe trendy i wyzwania w zarządzaniu, Vizja Press & IT, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
				W tym e-learning	
Zajęcia dydaktyczne		15		0	
Udział w egzaminie/zaliczeniu		0		0	
Przygotowanie się do zajęć		5		0	
Studiowanie literatury		7		0	
Udział w konsultacjach		10		0	
Przygotowanie projektu / eseju / itp.		8		0	
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia		5		0	

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-DRiT							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie projektami w mediach (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE)				Kod przedmiotu: US154AIIJ2717_20S			
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki		Specjalność: dziennikarstwo regionalne i transgraniczne			
Status przedmiotu: obowiązkowy			Język przedmiotu: semestr: 2 - j język polski				
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
1	2	laboratorium	15	0	ZO	2	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		dr GRZEGORZ SZYJEWSKI					
Prowadzący zajęcia:		dr GRZEGORZ SZYJEWSKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie z problematyką zarządzania przedsiębiorstwami. Opanowanie przez studentów umiejętności definiowania, planowania i realizacji przedsięwzięć w ramach pracy zespołowej.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, umiejętności pracy w grupie.					
EFEKTY UCZENIA SIĘ							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu		Odniesienie do efektów dla programu		
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym zakresie metody zarządzania projektami, jakością, projektami, jakością, ryzykiem oraz kontrolą w przedsiębiorstwie medialnym		K_W02		
umiejętności	1	EP2	potrafi współpracować w grupie w procesach zarządzających z uwzględnieniem specyfiki komunikacji w grupie		K_U11		
	2	EP3	potrafi analizować warunki w ramach których przebiegają procesy zarządzające na różnych poziomach przedsiębiorstwa medialnego, tworząc tym samym bazę do podejmowania decyzji zarządzających		K_U02		
kompetencje społeczne	1	EP4	jest gotów do świadomego kierowania procesami zarządzającymi z uwzględnieniem społecznej odpowiedzialności biznesu i efektywności procesów zarządzających		K_K03		
TREŚCI PROGRAMOWE				Semestr	Liczba godzin		
					w tym e-learning		
Przedmiot: zarządzanie projektami w mediach							
Forma zajęć: wykład							
1. Rola i znaczenie zarządzania przedsiębiorstwami we współczesnym świecie					2	3	0
2. Nowoczesne metodyki zarządzania przedsiębiorstwami					2	2	0
3. Zarządzanie zmianami w przedsiębiorstwach					2	2	0
4. Zarządzanie jakością					2	2	0
5. Komunikacja i praca grupowa					2	2	0

6. Zarządzanie ryzykiem w przedsięwzięciach		2	2	0	
7. Zarządzanie i kontrola finansowa przedsięwzięcia		2	2	0	
Forma zajęć : laboratorium					
1. Przygotowanie projektu		2	2	0	
2. Definiowanie zakresu prac (WBS)		2	2	0	
3. Metody tworzenia harmonogramu projektu		2	4	0	
4. Zarządzanie zasobami w projekcie		2	2	0	
5. Zarządzanie kosztami w projekcie		2	2	0	
6. Monitorowanie i kontrola postępu prac		2	2	0	
7. Prezentacja wykonanych projektów		2	1	0	
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych., Praca w laboratorium komputerowym nad realizacją projektów w grupach, studium przypadku.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	PROJEKT			EP1,EP2,EP3,EP4	
Forma i warunki zaliczenia	Udział w pracy zespołu projektowego tworzącego prace zaliczeniowe . Projekt zaliczeniowy wykonywany w grupach z wykorzystaniem aplikacji komputerowych. Przygotowanie dokumentacji realizowanego projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z zaliczenia jest oceną z przedmiotu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	2	zarządzanie projektami w mediach		Ważona	
	2	zarządzanie projektami w mediach [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
	2	zarządzanie projektami w mediach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	M. Trocki (2012): Nowoczesne zarządzanie projektami, PWE, Warszawa				
	Z. Szyjewski (2004): Metodyki zarządzania projektami, Placet, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	B. Lent (2005): Zarządzanie procesami prowadzenia projektów. Informatyka i Telekomunikacja, Difin, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zajęcia dydaktyczne	30	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	0	0			
Przygotowanie się do zajęć	4	0			
Studiowanie literatury	4	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	2	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z-MwM							
Nazwa przedmiotu: zarządzanie projektami w mediach (SPECJALNOŚCI / SPECJALIZACJE / MODUŁY SPECJALNOŚCIOWE)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2717_16S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarządzanie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalność: menedżer w mediach		
Status przedmiotu: obowiązkowy				Język przedmiotu: semestr: 4 - język polski			
Rok	Semestr	Forma zajęć	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	laboratorium	15	0	ZO	2	
		wykład	15	0	ZO		
Razem			30			2	
Koordynator przedmiotu:		dr GRZEGORZ SZYJEWSKI					
Prowadzący zajęcia:		dr GRZEGORZ SZYJEWSKI					
Cele przedmiotu:		Zapoznanie z problematyką zarządzania przedsiębiorstwami. Opanowanie przez studentów umiejętności definiowania, planowania i realizacji przedsięwzięcia w ramach pracy zespołowej.					
Wymagania wstępne:		Znajomość podstawowych pojęć z zakresu ekonomii, umiejętności pracy w grupie.					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna w pogłębionym stopniu kluczowe zagadnienia z ekonomii i finansów, nauk o zarządzaniu i jakości; ich specyfikę, teorie i metodologię, a także powiązania między nimi			K_W02	
umiejętności	1	EP2	potrafi współpracować w grupie, przyjmując w niej rolę, równie rolę kierownika zespołu, i rozwiązywać złożone problemy społeczno-ekonomiczne, zwłaszcza pojawiające się na różnych szczeblach kierowania i zarządzania przedsiębiorstwem medialnym			K_U11	
	2	EP3	potrafi analizować, oceniać, prognozować i modelować zjawiska społeczne i ekonomiczne z wykorzystaniem złożonych metod oraz zaawansowanego dorobku teoretycznego w celu podejmowania decyzji w procesie zarządzania przedsiębiorstwem medialnym			K_U02	
kompetencje społeczne	1	EP4	ma świadomość społecznej odpowiedzialności działalności medialnej i potrafi właściwie wypełniać swoje zobowiązania społeczne			K_K03	
TREŚCI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarządzanie projektami w mediach							
Forma zajęć: wykład							
1. Rola i znaczenie zarządzania przedsiębiorstwami we współczesnym świecie					4	3	0
2. Nowoczesne metodyki zarządzania przedsiębiorstwami					4	2	0
3. Zarządzanie zmianami w przedsiębiorstwach					4	2	0

4. Zarządzanie jakością	4	2	0		
5. Komunikacja i praca grupowa	4	2	0		
6. Zarządzanie ryzykiem w przedsiębiorstwach	4	2	0		
7. Zarządzanie i kontrola finansowa przedsiębiorstwa	4	2	0		
Forma zajęć : laboratorium					
1. Przygotowanie projektu	4	2	0		
2. Definiowanie zakresu prac (WBS)	4	2	0		
3. Metody tworzenia harmonogramu projektu	4	4	0		
4. Zarządzanie zasobami w projekcie	4	2	0		
5. Zarządzanie kosztami w projekcie	4	2	0		
6. Monitorowanie i kontrola postępu prac	4	2	0		
7. Prezentacja wykonanych projektów	4	1	0		
Metody kształcenia	Wykłady z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych., Praca w laboratorium komputerowym nad realizacją projektów w grupach, studium przypadku.				
Metody weryfikacji efektów uczenia się			Nr efektu uczenia się z sylabusu		
	PROJEKT		EP1,EP2,EP3,EP4		
Forma i warunki zaliczenia	Udział w pracy zespołu projektowego tworzącego prace zaliczeniowe . Projekt zaliczeniowy wykonywany w grupach z wykorzystaniem aplikacji komputerowych. Przygotowanie dokumentacji realizowanego projektu.				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu Ocena z zaliczenia jest oceną z przedmiotu.				
Metoda obliczania oceny końcowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	zarządzanie projektami w mediach		Ważona	
	4	zarządzanie projektami w mediach [wykład]	zaliczenie z ocen		0,60
	4	zarządzanie projektami w mediach [laboratorium]	zaliczenie z ocen		0,40
Literatura podstawowa	M. Trocki (2012): Nowoczesne zarządzanie projektami, PWE, Warszawa				
	Z. Szyjewski (2004): Metodyki zarządzania projektami, Placet, Warszawa				
Literatura uzupełniająca	B. Lent (2005): Zarządzanie procesami prowadzenia projektów. Informatyka i Telekomunikacja, Difin, Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
		W tym e-learning			
Zajęcia dydaktyczne	30		0		
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1		0		
Przygotowanie się do zajęć	3		0		
Studiowanie literatury	3		0		
Udział w konsultacjach	6		0		
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	4		0		
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	3		0		

Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50
Liczba punktów ECTS	2

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF1: Produkcja medialna [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie redakcj (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ3079_50S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	wykład	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Prowadz cy zaj cia:		dr KRZYSZTOF FLASI SKI					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest zaznajomienie studenta z procesem zarz dzania redakcj za szczególnym uwzgl dnieniem procesu produkcji zawarto ci dla mediów społeczno ciowych					
Wymagania wst pne:		Student posiada znajomo podstaw współczesnej komunikacji w mediach masowych. Przedmioty wprowadzaj ce: analiza dyskursu medialnego, media wobec wyzwa współczesno ci					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	Ma pogł bion i uporz dkowan wiedz z zakresu nauk o zarz dzaniu w kontek cie zarz dzania redakcj			K_W08 K_W09	
	2	EP2	Ma wiedz dotycz c zasad tworzenia wyspecjalizowanych oddziałó przedsi biorstw medialnych			K_W08 K_W09	
umiej tno ci	1	EP3	Potrafi twórczo rozwi zywa zło one problemy w zakresie nauk o mediach oraz problemy decyzyjne o charakterze ekonomicznym w zarz dzaniu redakcj			K_U03	
kompetencje społeczne	1	EP4	Jest gotów do wiadomego i profesjonalnego zarz dzania redakcj , z uwzgl dnieniem zmieniaj cych si warunków komunikowania masowego oraz waunków zarz dzaniu mediami			K_K04	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie redakcj							
Forma zaj : wykład							
1. Zaj cia organizacyjne, wst pne informacje na temat zarz dzania redakcj					4	1	0
2. Struktura i organizacja pracy redakcji, charakterystyka poszczególnych stanowisk i ich funkcji					4	1	0
3. Redaktor naczelny, sekretariat redakcji i kolegium redakcyjne w zarz dzaniu redakcj					4	2	0
4. Proces wytwarzania produktu medialnego w przypadku ró nych rodzajów mediów masowych					4	2	0
5. Usytuowanie działu online w strukturze redakcji. Charakterystyka stanowiska community managera					4	2	0

6. Media społeczno ciowe jako platforma komunikacji mediów tradycyjnych z odbiorcami	4	2	0
7. Zasady produkcji zawarto ci dla mediów społeczno ciowych oraz zarz dzania tre ciami	4	1	0
8. Taktyki promocji tre ci w nowych mediach	4	2	0
9. Ewaluacja procesów zarz dczych w redakcji	4	2	0
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna zawieraj ca przykłady praktycznych zastosowa prezentowanych tre ci		
Metody weryfikacji efektów uczenia si			Nr efektu uczenia si z sylabusu
	KOLOKWIUM		EP1,EP2,EP3,EP4
Forma i warunki zaliczenia	Pozytywna ocena z kolokwium		
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu		
	Ocena z przedmiotu - ocen za kolokwium (100%)		
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia
	4	zarz dzanie redakcj	Metoda obl. oceny
	4	zarz dzanie redakcj [wykład]	Waga do redniej
		zaliczenie z ocen	1,00
Literatura podstawowa	K. Jakubowicz (2011): Nowa ekologia mediów, Poltext, Warszawa		
	T. Kowalski (2013): Zarz dzanie w mediach, Wolters Kluwer, Warszawa		
Literatura uzupełniaj ca	L. Kung (2012): Strategie zarz dzania na rynku mediów, Wolters Kluwer, Warszawa		
	P. Levinson (2010): Nowe nowe media, Wydawnictwo WAM, Kraków		
	Z. Bauer (2009): Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Universitas, Kraków		
NAKŁAD PRACY STUDENTA			
	Liczba godzin		
			W tym e-learning
Zaj cia dydaktyczne	15		0
Udział w egzaminie/zaliczeniu	3		0
Przygotowanie si do zaj	0		0
Studiowanie literatury	10		0
Udział w konsultacjach	12		0
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0		0
Przygotowanie si do egzaminu/zaliczenia	10		0
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50		
Liczba punktów ECTS	2		

S Y L A B U S (KARTA PRZEDMIOTU)

Nazwa programu studiów: USHUM-DiZM-O-II-S-21/22Z							
Moduł: MF2: Funkcjonowanie przedsi biorstwa medialnego [moduł]							
Nazwa przedmiotu: zarz dzenie zasobami ludzkimi (POZOSTAŁE PRZEDMIOTY / MODUŁY)					Kod przedmiotu: US154AIIJ2935_53S		
Nazwa kierunku: dziennikarstwo i zarz dzenie mediami							
Forma studiów: II stopnia, stacjonarne		Profil studiów: ogólnoakademicki			Specjalno :		
Status przedmiotu: fakultatywny				J zyk przedmiotu: semestr: 4 - j zyk polski			
Rok	Semestr	Forma zaj	Liczba godzin		Forma zaliczenia	ECTS	
				w tym e-learning			
2	4	konwersatorium	15	0	ZO	2	
Razem			15			2	
Koordynator przedmiotu:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US					
Prowadz cy zaj cia:		dr hab. EWA MAZUR-WIERZBICKA prof. US					
Cele przedmiotu:		Celem przedmiotu jest u wiadomienie studentom bardzo wa nej roli, dla funkcjonowania organizacji, zatrudnionych w niej pracowników a tak e zapoznanie studentów z rozwi zaniami i narz dziami wykorzystywanymi do zarz dzenia zasobami ludzkimi					
Wymagania wst pne:		Ogólna znajomo zagadnie z makro i mikroekonomii, szczególnie z funkcjonowania rynku pracy oraz z podstaw zarz dzenia i funkcjonowania organizacji					
EFEKTY UCZENIA SI							
Kategoria	Lp	KOD	Opis efektu			Odniesienie do efektów dla programu	
wiedza	1	EP1	zna istot poszczególnych procesów ZZL oraz narz dzia wykorzystywane w tych procesach			K_W02 K_W04	
	2	EP2	Posiada wiedz dotycz c funkcjonowania pracowników w organizacji			K_W04	
umiej tno ci	1	EP3	potrafi stosowa podstawowe instrumenty ZZL			K_U11	
	2	EP4	potrafi diagnozowa i proponowa rozwi zania problemów z zakresu ZZL			K_U11	
kompetencje społeczne	1	EP5	Jest gotów do krytycznej oceny swojej wiedzy i formułowanych na jej podstawie priorytetów słu cych realizacji zadania zwi zanego z zarz dzeniem zasobami ludzkimi			K_K01	
TRE CI PROGRAMOWE					Semestr	Liczba godzin	
						w tym e-learning	
Przedmiot: zarz dzenie zasobami ludzkimi							
Forma zaj : konwersatorium							
1. Istota i koncepcja zarz dzenia zasobami ludzkimi					4	2	0
2. Wpływ otoczenia organizacji na ZZL					4	1	0
3. Geneza i rozwój ZZL					4	2	0
4. Proces planowania i poyskiwania pracowników					4	2	0
5. Dobór kadr					4	2	0
6. Ocenianie pracowników					4	1	0

7. Motywowanie pracowników		4	2	0	
8. Doskonalenie i rozwój pracowniczy		4	2	0	
9. Ewaluacja procesów zarz. dzania zasobami ludzkimi		4	1	0	
Metody kształcenia	Prezentacja multimedialna, metoda przypadków, metody symulacyjne, praca w grupach, analiza dokumentów źródłowych				
Metody weryfikacji efektów uczenia się				Nr efektu uczenia się z sylabusu	
	KOLOKWIUM			EP1,EP2,EP5	
	ZAJ CIA PRAKTYCZNE (WERYFIKACJA POPRZEZ OBSERWACJ)			EP3,EP4,EP5	
Forma i warunki zaliczenia	Studenci oceniani s na podstawie kolokwium pisemnego (4 pytania otwarte dotycz ce zagadnie omawianych na zaj ciach zadania) oraz przez obserwacj .				
	Zasady wyliczania oceny z przedmiotu				
Ocena ko cowa równa si ocenie z kolokwium (80%) oraz weryfikacji przez obserwacj (20%).					
Metoda obliczania oceny ko cowej	Sem.	Przedmiot	Rodzaj zaliczenia	Metoda obl. oceny	Waga do redniej
	4	zarz dzanie zasobami ludzkimi		Wa ona	
	4	zarz dzanie zasobami ludzkimi [konwersatorium]	zaliczenie z ocen		1,00
Literatura podstawowa	M. Armstrong, S. Taylor (2016): Zarz dzanie zasobami ludzkimi, WOLTERS KLUWER, Warszawa				
	M. Juchnowicz (2014): Zarz dzanie kapitałem ludzkim, PWE, Warszawa				
	T. Oleksyn (2017): Zarz dzanie zasobami ludzkimi w organizacji, WOLTERS KLUWER, Warszawa				
Literatura uzupełniają ca	A. Poczowski (2018): Zarz dzanie zasobami ludzkimi.Koncepcje praktyki wyzwania, PWE, Warszawa				
	I.Warwas, A. Rogozi ska-Pawełczyk (2016): Zarz dzanie zasobami ludzkimi w nowoczesnej organizacji aspekty organizacyjne i psychologiczne, UNIWERSYTET ŁÓDZKI, Łód				
	Ł. Sułkowski, T. Listwan (red.) (2016): Metody i techniki zarz dzania zasobami ludzkimi, DIFIN , Warszawa				
	M. Gołembski (2019): Funkcja personalna w przedsi biorstwie aktualne trendy i perspektywy rozwoju, CEDEWU, Warszawa				
	M. Król, A.Warzecha, M. Zieli ski (red.) (2018): Funkcja personalna w przedsi biorstwie zakres pomiar realizacji uwarunkowania, CEDEWU, Warszawa				
	Z. cibiorek (2010): Zarz dzanie zasobami ludzkimi, DIFIN , Warszawa				
NAKŁAD PRACY STUDENTA					
		Liczba godzin			
			W tym e-learning		
Zaj cia dydaktyczne	15	0			
Udział w egzaminie/zaliczeniu	1	0			
Przygotowanie się do zaj	6	0			
Studiowanie literatury	8	0			
Udział w konsultacjach	10	0			
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	0	0			
Przygotowanie się do egzaminu/zaliczenia	10	0			
Ł CZNY nakład pracy studenta w godz.	50				
Liczba punktów ECTS	2				