

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	15.9-1DKS-D1-JKW	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Językowe kształtowanie wizerunku Image creating strategies
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba/zespół przygotowująca/y kartę przedmiotu	dr hab. prof. UJK Piotr Zbróg
1.6. Kontakt	piotr.zbrog@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	język polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia 20 godz.	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	zajęcia w pomieszczeniu dydaktycznym UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	wykład, dyskusja problemowa, warsztaty	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	1. Barbara Bogołębska, Monika Worsowicz, Retoryka i jej zastosowania, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego 2016 2. Marek Kochan, Pojedynek na słowa – techniki erystyczne w publicznych sporach, Wydawnictwo Znak 2007
	uzupełniająca	1. Public relations w sferze publicznej. Wizerunek i komunikacja, red. Magdalena Tabernacka, Aleksandra Szadok-Bratuń, Wydawnictwo: Wolters Kluwer 2012. 2. Gałązka W., Gotowych faktów nie ma. Kreowanie informacji oraz wizerunku publicznego i medialnego, Wydawnictwo Naukowe DSW 2007. 3. Monika Bronowicz, Komunikacja wizerunkowa. Public relations. Reklama. Branding, Wydawnictwo Astrum 2015

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY KSZTAŁCENIA

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1 - ukazanie czynników kształtujących wizerunek osób/instytucji/organizacji/miejsca; C2 - kształtowanie umiejętności dotyczących wykorzystania technik erystycznych i retorycznych C3 – kształtowanie umiejętności odpowiedniego doboru narzędzi i języka w kształtowaniu wizerunku C4 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego kształtowania wizerunku przy wykorzystaniu zasobów językowych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Kształtowanie wizerunku własnego, wizerunku pracodawcy, firmy, brandu, instytucji etc.; nowe media w kształtowaniu wizerunku; techniki erystyczne; techniki retoryczne; różnica pomiędzy erystyką a retoryką; techniki działające na rozmówcę; techniki działające na widownię; praca ciałem i erystyka niewerbalna; elementy mowy ciała, mimiki, niewerbalnego kształtowania wizerunku; elementy występów publicznych; elementy autoprezentacji i prezentacji

1.1. Przedmiotowe efekty kształcenia

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
w zakresie WIEDZY :		
W01	zna zasady i taktyki kreowania wizerunku w mediach w kontekście przemian w środkach masowego przekazu	DKS1P_W13
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI :		

U01	potrafi dotrzeć do różnego typu źródeł wiedzy na temat kreowania wizerunku, wykorzysta je podczas przygotowania się do zajęć w kontekście pracy w mediach i PR	DKS1P_U04
U02	potrafi komunikować się z innymi specjalistami zajmującymi się nauką o mediach i komunikacją społeczną, umie świadomie zastosować elementarne strategie związane z kreowaniem wizerunku.	DKS1P_U07
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	potrafi wykorzystać kompetencje w zakresie językowego kreowania wizerunku w działaniach związanych z otoczeniem do osiągania zakładanych celów zawodowych	DKS1P_K01

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów kształcenia

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																							
	Egzamin ustny/pisemny *			Kolokwium *			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*					
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć								
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...			
W01								x																
U01								x																
U02								x																
K01								x																

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów kształcenia

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	prezentacja multimedialna (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	prezentacja multimedialna (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć); oceniona na 61-70%
	4	prezentacja multimedialna (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%;
	4,5	prezentacja multimedialna (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%
	5	prezentacja multimedialna (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	20
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	20
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	30
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	10
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	10
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	10
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	15.0-1DKS-D2-KI	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	<i>Komunikacja interpersonalna</i> <i>Interpersonal communication</i>
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia I stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK
1.6. Kontakt	cendrowska@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia – 30 h	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	warsztaty z użyciem metod aktywnych, praca w grupach, elementy wykładu informacyjnego, metoda flip	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., <i>Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza, umiejętności</i> , Warszawa 2007. Mortensen K.W., <i>Sztuka wywierania wpływu na ludzi</i> , Kraków 2006.
	uzupełniająca	Stewart J., <i>Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej</i> , Warszawa 2007.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
<i>C1.</i> student potrafi rozpoznać i nazwać elementy aktu skutecznej komunikacji oraz mowę ciała/komunikację niewerbalną;
<i>C 2.</i> student potrafi rozpoznać bariery komunikacyjne (m.in.: generalizowanie, ocenianie, krytykowanie, radzenie, wyśmiewanie); potrafi stworzyć akt komunikacyjny eliminując bariery komunikacyjne,
<i>C 3.</i> student zna i potrafi w praktyce zastosować zasady aktywnego słuchania (m.in.: komunikat ja)
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Ćwiczenia
1. Wprowadzenie w tematykę zajęć. Elementy skutecznej komunikacji – 2 godz.
2. Fundamenty komunikacji interpersonalnej - 6 godz.
3. Komunikacja niewerbalna – 2 godz.
4. Aktywne słuchanie – 4 godz.
5. Komunikat ja - 4 godz.
6. Bariery komunikacyjne - 2 godz.
7. Asertywność w praktyce – 2 godz.
8. Projekt – prezentacje studentów - 8 godz.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma podstawową wiedzę na temat zakresu komunikacji interpersonalnej, zna terminologię wykorzystywaną w literaturze przedmiotu, rozumie terminy używane w tekstach dotyczących komunikacji werbalnej i niewerbalnej.	DKS1P_W02

w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi wykorzystać proste narzędzia i kanały porozumiewania się z innymi, rozróżnia podstawowe strategie komunikacyjne, umie stosować komunikat „ja”, identyfikuje swoje bariery komunikacyjne, potrafi zastosować elementy aktywnego słuchania w życiu codziennym i pracy zawodowej	DKS1P_U07
U02	wykorzystuje poznane elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umożliwiające podejmowanie działań w grupie oraz wygłaszanie wystąpień publicznych	DKS1P_U15
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Dostrzega konieczność kształcenia ustawicznego, wzbogacania swej wiedzy i umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej.	DKS1P_K01
K02	Jest świadomy znaczenia komunikacji werbalnej i niewerbalnej w życiu zawodowym, społecznym i prywatnym; umie współpracować i odpowiednio organizować proces komunikowania się w zespole właściwie odczytuje intencje i interpretuje komunikaty werbalne i niewerbalne; umiejętność tę postrzega jako przydatną w rozwiązywaniu ewentualnych problemów związanych z przyszłą pracą zawodową.	DKS1P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01							x				x						x				
U01											x		x				x				
U02							x				x						x				
K01							x													x	
K02											x						x				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Od 51-60% punktów
	3,5	Od 61-70% punktów
	4	Od 71-80% punktów
	4,5	Od 81-90% punktów
	5	Od 91-100% punktów

Punkty można zdobyć za:

Praca w grupie; 1 za 1 pkt.

Projekt; od 5 do 10 pkt.

Aktywność podczas zajęć; 1 za 2pkt.

Praca własna 1 za 1 pkt.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	15

<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*</i>	15
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej*</i>	10
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	15.3-1DKS-D3-PRIBŻP	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	PR w instytucjach biznesowych i życia publicznego PR in business and public life institutions
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Judyta Ewa Perczak
1.6. Kontakt	jperczak@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia 30	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusje, prezentacje, analiza przypadków	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> • Ślifirska Aleksandra, Rekiny biznesu w mediach: sztuka tworzenia profilu publicznego, Warszawa 2016; • Kurek-Ochmańska Olga, Media studenckie a wizerunek uczelni, Warszawa 2015; • Strumińska- Doktor Anna, Jak skutecznie wypromować szkołę i placówkę oświatową, Warszawa 2015; • Witek Ewelina, Komunikacja wizerunkowa : nowoczesne narzędzia, Wrocław 2015; • Stawnicka Jadwiga, Strategia marketingu narracyjnego w Policji: nowoczesny wymiar kreowania wizerunku, Dąbrowa Górnicza 2014
	uzupełniająca	<ul style="list-style-type: none"> • Jabłońska Marlena, Nowe wyzwania archiwów: komunikacja społeczna i public relations, Toruń 2016; • Kaczmarek-Śliwińska Monika, Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji: sztuka komunikowania się, Warszawa 2015 • Tkaczyk Anna, Placówka rewelacyjna : zarządzanie wizerunkiem placówki edukacyjnej, Kraków 2014;

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>C1. Uświadomienie roli działań wizerunkowych w różnych typach organizacji.</p> <p>C2. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI ANALIZY DZIAŁAŃ PR W RÓŻNYCH ORGANIZACJACH Z UWZGLĘDNIENIEM SPECYFIKI KAŻDEJ Z NICH.</p> <p>C3. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI DOBORU NARZĘDZI DZIAŁAŃ WIZERUNKOWYCH W ZALEŻNOŚCI OD UWARUNKOWAŃ RÓŻNYCH TYPOW ORGANIZACJI.</p>
<p>4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>1. Public relations – definicje, terminologia, cechy, zakres, etapy tworzenia kampanii wizerunkowej. (przypomnienie).</p> <p>2. PR w placówkach oświatowych – podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia.</p> <p>3. PR w służbie zdrowia - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny, pożądane kierunki zmian.</p>

4. PR w policji - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny, pożądane kierunki zmian.
5. PR w organizacjach pozarządowych - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
6. PR w wymiarze sprawiedliwości - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
7. PR w instytucjach kultury - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
8. PR w biznesie - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia.
9. Kryzys wizerunkowy – przyczyny powstawania, sposoby rozwiązywania z uwzględnieniem specyfiki instytucji.
10. Współpraca różnych instytucji w kreowaniu wizerunku.
11. Próba stworzenia planu wizerunkowego dla wybranej szkoły.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna rolę PR w sprawnym funkcjonowaniu instytucji różnego typu.	DKS1P_W01
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Analizuje wizerunek bieżący różnych typów instytucji i trafnie wskazuje kierunki zmian.	DKS1P_U02
U02	Potrafi dobrać narzędzia PR w zależności od specyfiki instytucji.	DKS1P_U04
U03	Potrafi stworzyć plan działań PR dla wybranej placówki oświatowej lub kulturalnej.	DKS1P_U01
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości, jest otwarty na problemy i potrzeby środowiska społecznego i ciągle doskonali swoją wiedzę i umiejętności z zakresu PR.	DKS1P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																							
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*					
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01												X												
U01												X						X						
U02												X						X						
U03												X						X						
K01															X									

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Projekt zaliczony na 3,0. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	3,5	Projekt zaliczony na 3,5. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	4	Projekt zaliczony na 4,0. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	4,5	Projekt zaliczony na 4,5. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30
<i>Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*</i>	30
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	45
<i>Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*</i>	20
<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*</i>	15
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej*</i>	10
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	15.3-1DKS-D4-PRPR	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Pracownia reklamy i PR Advertising and PR Studio
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	daria.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak wymagań wstępnych

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video, filmy	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> • Transformersi. Superbohaterowie polskiej reklamy 80.-90. Agata Jakóbczak, ; Znak Literanova 2018 Uniwersytetu Łódzkiego, 2016 • Komunikacja wizerunkowa. Public relations. Reklama. Branding; Monika Bronowicz, Wydawnictwo Astrum 2015;
	uzupełniająca	<ul style="list-style-type: none"> • Jesteś marką – jak odnieść sukces i pozostać sobą; Joanna Malinowska-Parzydło, Wydawnictwo Onepress, 2016; • Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka, Robert Cialdini, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2016; • Pojedynyk na słowa – techniki erystyczne w publicznych sporach; Marek Kochan, Wydawnictwo Znak 2007

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>C1 – wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą praktycznego zastosowania technik reklamowych i PR</p> <p>C2 – kształtowanie umiejętności dotyczących prowadzenia działań reklamowych i PR w agencjach kreatywnych, firmach, instytucjach</p> <p>C3 – kształtowanie umiejętności odpowiedniego doboru narzędzi i języka w obszarze działań personal branding</p> <p>C4 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego tworzenia przekazów PR i reklamowych z uwzględnieniem cech grup docelowych</p>
<p>4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>Ćwiczenia:</p> <p>Kreacja strategii komunikacyjnej dla wybranego produktu, usługi, zjawiska lub instytucji w oparciu o zdobytą wiedzę i umiejętności; praca w grupach oraz indywidualna nad: badaniem rynku, analizą SWOT, analizą OCTA, doбором narzędzi i kanałów dystrybucji treści, tworzeniem insightów konsumenckich, ustalaniem grup docelowych taktycznych i strategicznych, tworzeniem mediaplanu, harmonogramem i budżetowaniem.</p>

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	ma wiedzę dotyczącą praktycznego zastosowania technik reklamowych i PR	DKS1P_W01
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi wykorzystać proste narzędzia i kanały porozumiewania się w kontaktach z innymi specjalistami zajmującymi się prowadzeniem działań reklamowych i PR w agencjach kreatywnych, firmach, instytucjach	DKS1P_U07

U02	posiada podstawowe umiejętności w zakresie realizacji zadań praktycznych o charakterze indywidualnym jak i grupowym dotyczących odpowiedniego doboru narzędzi i języka w obszarze działań personal branding	DKS1P_U11 DKS1P_U15
U03	potrafi właściwie dobrać narzędzia i kanały dystrybucji treści dla określonych grup docelowych	DKS1P_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	rozpoznaje ewentualne problemy związane ze specyfiką wykonywania przyszłego zawodu i przygotowuje się do ich rozwiązywania	DKS1P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium *			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01								x			x			x			x				
U01								x			x			x			x				
U02								x			x			x			x				
U03								x			x			x			x				
K01								x			x			x			x				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć; oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).
	4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
	4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdym zajęciach.
	5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdym zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	60
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	60
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	90
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	30
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	30
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	30
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	150
PUNKTY ECTS za przedmiot	6

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	10.0-1DKS-D5-PER	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim angielskim	Prawo i etyka reklamy Law and ethics of advertising

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	studia stacjonarne
1.3. Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Iwona Stalica
1.6. Kontakt	iwona.stalica@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK.	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	metody podające i problemowe, dyskusja oparta na analizie przypadku.	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> • K. Grzybczyk, <i>Ilustrowane prawo reklamy</i>, wyd. 4, Warszawa 2020 • R. Grochowski, <i>Granice prawne i etyczne reklamy w ustawodawstwie krajowym i europejskim</i>, Poznań-Opole 2010 • Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny • Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej • Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych • Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów • Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym • Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji • Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji
	uzupełniająca	<ul style="list-style-type: none"> • E. Traple (red.), <i>Prawo reklamy i promocji. Komentarz</i>, Warszawa 2007

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>C1-Wiedza – zapoznanie studentów z informacjami dotyczącymi: ochrony dóbr osobistych w działaniach promocyjnych i marketingowych; poznanie źródeł w zakresie regulacji prawnych dotyczących reklamy i standardów etycznych w reklamie.</p> <p>C2-Umiejętności – nabycie umiejętności oceny treści przekazów reklamowych i marketingowych pod kątem zgodności z prawem i etyką;</p> <p>C3-Kompetencje – studenci potrafią odnaleźć potrzebne informacje, w tym orzecznictwo sądowe i decyzje/stanowiska Prezesa UOKiK dotyczące omawianych kwestii</p>
--

4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)

Reklama a obowiązujące standardy ochrony dóbr osobistych.
Regulacje prawa prasowego dotyczące reklamy. Reklama telewizyjna.
Regulacja prawna reklamy jako przedmiotu ochrony prawa autorskiego i prawa własności przemysłowej (znaki towarowe).
Szczególne regulacje dotyczące reklamy niektórych produktów i usług. Zakazy reklamowe.
Reklama jako czyn nieuczciwej konkurencji.
Etyka w reklamie.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna kluczowe pojęcia i zasady dotyczące regulacji prawnych dotyczących reklamy	DKS2P_W06
W02	Ma wiedzę na temat źródeł norm prawnych i standardów prawnych i etycznych dotyczących reklamy.	DKS2P_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Potrafi zastosować podstawowe przepisy prawa i standardy etyczne odnoszące się do działalności reklamowej.	DKS2P_U12
U02	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozstrzygnięcia dylematów prawnych i etycznych pojawiających się w pracy zawodowej.	DKS2P_U13
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Rozpoznaje ewentualne problemy związane z pracą w branży reklamowej i przygotowuje się do ich rozwiązywania.	DKS2P_K04

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pismny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01										+											
W02										+											
U01										+											
U02										+											
K01										+											

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*†	3	Obecności na zajęciach. Projekt zaliczony na 51-60%.
	3,5	Obecności na zajęciach. Projekt zaliczony na 61-70%.
	4	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 71-80%.
	4,5	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 81-90%.
	5	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 91-100%.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30
<i>Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*</i>	30
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	20
<i>Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*</i>	15
<i>Przygotowanie do kolokwium*</i>	-
<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*</i>	3
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej*</i>	2
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	14.4-1DKS-D6-PRPR	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Psychologia reklamy i public relations Psychology of commercials and public relations
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	d.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak wymagań wstępnych

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Sale dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	- Hatalska N., <i>Trendbook 2017</i> - Cialdini R. „ <i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i> ” Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne 2016; - - Miotk Anna, <i>Nowy PR – jak internet zmienił Public Relations</i> Wydawnictwo Słowa i Myśli, Lublin 2016; - P. Tkaczyk, <i>Zakamarki marki</i> , Wydawnictwo Helion, 2011
	uzupełniająca	Fragmenty z publikacji: - Falkowski A., Tyszka T. <i>Psychologia zachowań konsumenckich</i> . Wydanie 2. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk 2009. - Borkowski I., Stasiuk-Krajewska K. <i>Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations</i> . Wydawnictwo Uniwersytetu Wrocławskiego. Wrocław 2011. - Šmid W. <i>Język reklamy</i> , Wydawnictwo CeDeWu, Warszawa 2016 - Stasiuk K. Maison D. „ <i>Psychologia konsumenta</i> ” Wydawnictwo Naukowe PWN, 2014. . - Heath R. <i>Uwieść podświadomość</i> ; Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2014

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) C1– wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą aspektów psychologicznych rządzących reklamą C2 – kształtowanie umiejętności dotyczących tworzenia podstawowych strategii PR i reklamowych C3 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego tworzenia przekazów PR i reklamowych z uwzględnieniem cech grup docelowych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Ćwiczenia: Różnice między promocją, reklamą i marketingiem.. Różnorodne strategie komunikacyjne, planowanie komercyjnych kampanii reklamowych. Reklama komercyjna. Promocja produktów i usług. Programy PR charytatywne, kampanie na rzecz rodziny, praw człowieka, zdrowia, edukacji, ekologii, praw konsumenta oraz społecznej odpowiedzialności. Kampanie wyborcze. Strategia kampanii wyborczej. Uwarunkowania psychologiczne a skuteczność przekazu reklamowego i PR.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
--------------	--	--

w zakresie WIEDZY:		
W01	ma wiedzę dotyczącą aspektów psychologicznych rządzących reklamą, zorientowaną na zastosowania praktyczne w działalności promocyjno-reklamowej	DKS1P_W01
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi tworzyć przekazy PR i reklamowych z uwzględnieniem cech grup docelowych; umie samodzielnie opracować prezentację z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje podjęte zadania związane ze sferą promocyjno-reklamową	DKS1P_U03
U02	umie świadomie zastosować elementarne strategie komunikacyjne do tworzenia podstawowych strategii PR i reklamowych	DKS1P_U07
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	określa priorytety służące realizacji wytyczonych przez siebie lub innych zadań i umie przyporządkować im zakres czynności umożliwiających osiągnięcie zakładanych celów; dostrzega znaczenie wiedzy z zakresu psychologii reklamy w rozwiązywaniu problemów praktycznych	DKS1P_K01

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																					
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium *			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01								x			x			x			x				
U01								x			x			x			x				
U02								x			x			x			x				
K01								x			x			x			x				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć); oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).
	4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności; projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
	4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdym zajęciach.
	5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdym zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	15
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	15

ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	15.1-1DKS-D7-WS	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Warsztat specjalizacyjny Specialisation workshop
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	d.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak wymagań wstępnych

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Sale dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video, filmy	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> • Jak pisać, żeby chcieli czytać Copywriting & Webwriting; Artur Jabłoński Wydawnictwo: Onepress, 2017 • Media i ty; Adam Łaszyn Wydawnictwo Message House 2015
	uzupełniająca	Fragmenty publikacji i źródeł internetowych: <ul style="list-style-type: none"> • Piękny styl. Przewodnik człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku; Steven Pinker Wydawnictwo: Smak Słowa www.kotarbinski.com

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1 – zdobycie wiadomości na temat media relations
C2 – wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą praktycznego zastosowania zasad rządzących media relations
C3 – kształtowanie umiejętności dotyczących prowadzenia działań media relations w agencjach kreatywnych, firmach, instytucjach
C4 – kształtowanie umiejętności odpowiedniego doboru narzędzi i języka w obszarze działań media relations
C5 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego tworzenia przekazów medialnych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Ćwiczenia: Media relations – zasady, warunki, podstawowe wytyczne, błędy w obszarze relacji z mediami; media relations jako element PR; nowoczesne narzędzia do kontaktów z mediami – wirtualne biura prasowe; analiza działań w obszarze media relations – monitoring działań i publikacji z wykorzystaniem wybranych narzędzi ; organizacja biura prasowego; organizacja konferencji prasowej; organizacja briefingu; press pack i jego rola w komunikacji;

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY :		
W01	ma wiedzę o relacjach pomiędzy instytucjami i systemami medialnymi oraz PR w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej, a także praktycznego zastosowania zasad rządzących media relations	DKS1P_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI :		
U01	umie prowadzić działania media relations w agencjach kreatywnych, firmach, instytucjach	DKS1P_U02

U02	potrafi korzystać z nowoczesnych narzędzi do kontaktów z mediami, analizować działania w obszarze media relations	DKS1P_U07
U03	umiejętnie korzysta z języka w obszarze działań media relations	DKS1P_U12
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	wykorzystuje media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym i społecznym	DKS1P_K04

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01							x				x			x			x				
U01							x				x			x			x				
U02							x				x			x			x				
U03							x				x			x			x				
K01							x				x			x			x				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć; oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).
	4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
	4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdym zajęciach.
	5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdym zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	15
Zebrań materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	15
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....