

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Analiza zawartości mediów – media wizualne
Prowadzący	mgr Ryszard Romanowski
Wydział	Wydział Teologiczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2021/2022
Rok studiów	2
Semestr	1
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	DK2_W01, DK2_W02, DK2_U04, DK2_U09, DK2_K02
Rodzaj zajęć(<i>wybór z listy*</i>)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	2
Wymagania wstępne	Wiedza ogólna na temat mediów i instytucji medialnych obecnych na rynku polskim.
Opis i cele przedmiotu Analiza zawartości mediów – media wizualne	Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności krytycznej analizy rynku mediów wizualnych oraz pracy projektowej poprzez łączenie wiedzy teoretycznej z praktyką twórczą, co umożliwia studentom świadome funkcjonowanie w realiach współczesnego rynku pracy. W ramach przedmiotu analizowane są reguły funkcjonowania rynku mediów wizualnych oraz instytucji zajmujących się tą dziedziną komunikacji. Poddane analizie są warunki panujące na rynku pracy ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania w systemie projektowym rozumianym jako metoda pracy i działania zespołów ludzkich (organizacji). W ramach zajęć pogłębianą jest umiejętność krytycznej interpretacji przekazów oraz oceny własnych możliwości funkcjonowania w istniejących warunkach rynkowych. W ramach zajęć stosowane są trzy metody dydaktyczne: - informacyjna - przekazywanie konkretnej wiedzy na temat

	funkcjonowania rynku mediów wizualnych i metodologii pracy projektami z opanowaniem terminologii, - ćwiczeniowa - doskonalenie kwalifikacji wykorzystując różne źródła informacji i poddając je analizie, - metoda projektowa - analiza wybranych i tworzenie własnego, autorskiego projektu. W trakcie kolejnych zajęć, równoległe z przekazywaniem wiedzy teoretycznej, dyskutowane są wybrane realizacje wizualne. Studenci realizują własne zadanie projektowe ukierunkowane na produkcję dzieła. W całości, ćwiczenie to łączy zdolność kreatywnego myślenia z wymogiem zachowania dyscypliny wymuszającej trzymanie się konkretnych warunków realizacji pomysłu. W trakcie zajęć, student zobowiązany jest do publicznej, w ramach grupy zajęciowej, prezentacji i obrony własnego projektu.^[1]_{SEP}
--	---

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Analiza zawartości mediów – media wizualne:	
1. Wstępna charakterystyka mediów wizualnych	2
2. Kryteria formalne i estetyczne w mediach wizualnych	2
3. Rola mediów wizualnych we współczesnym świecie z analizą wybranych przykładów	2
4. Kompozycja obrazu	2
5. Media wizualne - fotografia	2
6. Media wizualne - grafika i afisz	2
7. Media wizualne - animacja	2
8. Media wizualne - formy filmowe	2
9. Media wizualne - formaty telewizyjne	2
10. Media wizualne - formaty mediów społecznościowych	2
11. Komunikacja obrazkowa	2
12. Przygotowanie i omówienie samodzielnych prac ćwiczeniowych rozłożonych na etapy- projekt medialny	2
13. Przygotowanie i omówienie samodzielnych prac ćwiczeniowych rozłożonych na etapy- projekt medialny	2
14. Przygotowanie i omówienie samodzielnych prac ćwiczeniowych rozłożonych na etapy- projekt medialny	2
15. Przygotowanie i omówienie samodzielnych prac ćwiczeniowych rozłożonych na etapy- projekt medialny	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	Opis <u>przedmiotowych</u> efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mieralne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedzieli umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DK2_W01	Zna poszerzoną terminologię z zakresu nauk o mediach, rozumie ich źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych	W1 - student zna i rozumie terminologię z zakresu nauk o mediach, jej źródła oraz wszechstronne zastosowania w obrębie zbliżonych dyscyplin naukowych. Student zna i rozumie fakty, procesy społeczne i reguły nimi rządzące w zakresie komunikowania (tematy 1-3, 5-10)	Udział w ćwiczeniach, uczestnictwo w dyskusjach i prezentacjach, realizacja projektów
DK2_W02	Ma pogłębioną wiedzę na temat medioznawstwa, jego miejsca w systemie nauk przedmiotowych oraz metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami naukowymi	W2 – student w pogłębionym stopniu zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu medioznawstwa i jego miejsca w systemie nauk przedmiotowych. Poprzez analizę mediów wizualnych w szerokim znaczeniu, student potrafi powiązać wiedzę przedmiotową z innymi dyscyplinami naukowymi (tematy 4-10)	Udział w prezentacjach i ćwiczeniach, uczestnictwo w dyskusjach, realizacja projektów
DK2_U04	Posiada w stopniu biegłym praktyczną umiejętność przygotowania pisemnych tekstów w języku polskim, zgodnie z regułami i zasadami ortografii, gramatyki i stylistyki języka polskiego oraz wymaganiami komunikacji medialnej i słownictwem specjalistycznym z wymaganej dziedziny	U1 – student samodzielnie i sprawnie potrafi w stopniu biegłym przygotowywać teksty w języku polskim, uwzględniając zasady komunikacji medialnej co wykazuje uczestnicząc w dyskusjach i opracowując w ramach ćwiczeń, własny projekt medialny (tematy 12-15)	Wykonanie zadań praktycznych, udział w ćwiczeniach, uczestnictwo w dyskusjach, realizacja projektów
DK2_U09	Posiada dogłębną umiejętność rozróżniania narzędzi marketingu i promocji i reklamy oraz planowania mediów, umiejętność posługiwania się narzędziami marketingu, umiejętność	U2 – student potrafi kierować pracą zespołu, umiejętnie korzystając z narzędzi marketingu, promocji i reklamy oraz planowania mediów. Wykazuje się tą wiedzą przygotowując własny, autorski projekt medialny oraz w czasie analiz przypadków w czasie	Wykonanie zadań praktycznych, udział w ćwiczeniach, uczestnictwo w dyskusjach, realizacja projektów

	stworzenia briefu reklamowego i przygotowania kampanii społecznej	wspólnych zajęć (student 12-15)	
DK2_K02	ma pogłębioną świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności, wyznacza niepowtarzalne kierunki własnego rozwoju i kształcenia, potrafi także inspirować i organizować proces uczenia innych osób	K1 – student jest gotowy do rozwiązywania problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu. Wykazuje się wiedzą w czasie organizacji zespołu realizującego przygotowany projekt oraz poddając ocenie realizację innych osób (tematy 12-15)	Udział w dyskusjach i analizach przypadków, realizacja projektu

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Metoda warsztatowa
2.	Studium przypadku
3.	Zadania projektowe
4.	Dyskusja
5.	Prezentacje medialne
6.	Prace zadawane do domu

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin/ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach	30	30/1
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć	15	30/1
	przygotowanie do zaliczenia	15	

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

Warunkiem koniecznym uzyskania zaliczenia jest udział w zajęciach i wykonanie zadanego projektu realizowanego w trzech etapach, w trakcie semestru. Cały projekt ma być formalnie gotowy do prezentacji i poddany analizie w grupie zajęciowej.

Ocena końcowa:

- 30% oceny - obecność na zajęciach,
- 30% oceny - aktywność w trakcie zajęć, udział w ćwiczeniach i analizach, terminowość,
- 40% oceny - forma i przekaz pracy projektowej.

Literatura obowiązkowa

1.	Do każdego ze spotkań ćwiczeniowych lektura wskazanego przez prowadzącego tekstu z: Wirtualne Media. O mediach, reklamie, internecie i PR, https://www.wirtualnemedial.pl/ (dostęp 9 kwietnia 2025).
2.	lub: Press.pl - najnowsze informacje z branży medialnej, marketingowej, reklamowej i public relations, https://press.pl/ (dostęp 9 kwietnia 2025).

Literatura uzupełniająca

1.	Grand Press Photo, Ogólnopolski Konkurs Fotografii Reporterskiej, https://grandpressphoto.pl (dostęp 9 kwietnia 2025).
2.	World Press Photo, https://www.worldpressphoto.org (dostęp 9 kwietnia 2025).
3.	Dadel M., O projekcie i wniosku, Warszawa 2009.
4.	Żmigrodzki M., Zarządzanie projektami dla początkujących, Warszawa 2019.
5.	Kapusta M., Zarządzanie projektami krok po kroku, Warszawa 2013.

* lista rodzajów zajęć

- ☒ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
- ☐ wykład kierunkowy
- ☐ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)