

CZĘŚĆ A: PROGRAM STUDIÓW

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

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

		2012 rok, rozdział IV § § 29, 30; Rozdział VII § § 31,32,33). Warunkiem przystąpienia do egzaminu magisterskiego jest przedstawienie pracy teoretycznej związanej tematycznie z projektem multimedialnym przygotowywanym w toku studiów i zrealizowanym w ostatnim semestrze studiów. Studenci są zobowiązani do wyboru promotora pracy teoretycznej w 2 semestrze studiów. Seminarium magisterskie prowadzone jest w 3 i 4 semestrze studiów.
21.	Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych dla kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	nie dotyczy
22.	Łączna liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych na kierunku studiów o profilu praktycznym, a w przypadku kierunku studiów o profilu ogólnoakademickim – jeżeli program studiów na tych studiach przewiduje praktyki	0
23.	Łączna liczba punktów ECTS, większa niż 50% ich ogólnej liczby, którą student musi uzyskać: <ul style="list-style-type: none"> na kierunku o profilu ogólnoakademickim w ramach modułów zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dyscyplinach naukowych lub artystycznych związanych z tym kierunkiem studiów; na kierunku o profilu praktycznym w ramach modułów zajęć kształtujących umiejętności praktyczne 	70
24.	Ogólna charakterystyka kierunku	Charakterystyka kandydata na studia: Studia są propozycją dla osób, które posiadają stopień licencjata (Bachelor) lub magistra (Master of Science) i chcą wzmocnić swoje kompetencje w obszarze komunikacji w mediach społecznościowych, a także poszerzyć, uporządkować i ugruntować wiedzę o nowych narzędziach i technikach wykorzystania mediów społecznościowych. Grupa docelowa studiów: a)rodzaj wykształcenia lub zainteresowań zawodowych - absolwenci dziennikarstwa, sztuk teatralnych i filmowych, marketingu, PR, organizacji produkcji, fotografii, - osoby tworzące kreatywne komunikaty sieciowe i działające w obszarze komunikacji w wirtualnej przestrzeni za pomocą obrazu filmowego, - osoby, które zamierzają uruchomić własną firmę lub ją prowadzą branży filmowej, telewizyjnej lub social media,

b) kraj pochodzenia i warunki studiowania

- osoby z Polski i z zagranicy (kraje Unii Europejskiej, jak również z innych rejonów świata
- mogące studiować odpłatnie (wstępna cena za 1 semestr studiów prowadzonych w języku angielskim to 2500 Euro).

Charakterystyka absolwenta studiów:

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

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

Sposoby kształcenia studentów i uzyskania efektów uczenia się:

Głównym założeniem studiów jest przekazanie niezbędnej wiedzy i umiejętności przez:

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

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

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

Organizacja studiów i tematyczne obszary kształcenia:

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

	<p>Studia obejmują 1200 godzin dydaktycznych w 4 obszarach tematycznych (zagadnienia):</p> <ul style="list-style-type: none"> - obszar artystyczno-kreacyjny (techniki pisania scenariusza, film animowany, teledysk, film reklamowy, gatunki telewizyjne i filmowe, dziennikarstwo nowych mediów, montaż filmu, realizacja dźwięku, podstawy sztuki operatorskiej, podstawy reżyserii, współpraca z aktorem, podstawy grafiki projektowej, historia filmu i telewizji, muzyka w filmie), - obszar social media (copywriting, technologia mediów społecznościowych, zarządzanie projektem medialnym, kierunki rozwoju nowych mediów, techniki autopromocji w mediach społecznościowych, zarządzanie treścią w mediach społecznościowych, marketing w mediach społecznościowych, analiza mediów społecznościowych, e-Commerce), - obszar biznesowy (biznesplan przedsięwzięcia medialnego, podstawy psychologii społecznej, zarządzanie zespołem produkcyjnym, prowadzenie negocjacji biznesowych, budżet projektu multimedialnego, techniki sprzedaży dzieła multimedialnego, pozyskiwanie środków finansowych i sponsoring, techniki twórczego myślenia), - obszar prawny (prawo autorskie, ochrona własności intelektualnej w sieci, zarządzanie bezpieczeństwem informacji) - warsztaty filmowe, telewizyjne i nowych mediów (po 30h na semestr) prowadzone w ramach programu studiów, - warsztaty prowadzone przez wykładowców zagranicznych (po 60h na semestr) w ramach programu POWER 3.5 edycja 2018. <p>Możliwość realizacji kierunku w oparciu o posiadane zasoby kadrowe, lokalowe, materialne:</p> <p>1. Program studiów (1200 godzin dydaktycznych w temacie studiów) zostanie zrealizowany w następujący sposób:</p> <ul style="list-style-type: none"> - 75% godzin dydaktycznych (900) będzie prowadzonych przez pracowników Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego lub innych Wydziałów Uniwersytetu Śląskiego w Katowicach, - 25% godzin dydaktycznych (300) będzie prowadzonych przez specjalistów z zakresu nowych mediów, praktyków, YouTuberów itp. <p>2. Szkoła filmowa im. K. Kieślowskiego dysponuje najnowocześniejszym budynkiem i sprzętem dydaktycznym, który umożliwia realizację wszystkich zajęć na najwyższym poziomie merytorycznym na terenie siedziby Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego.</p> <p>3. Sprzęt dydaktyczny, będący w posiadaniu Szkoły filmowej im. K. Kieślowskiego, obejmuje kompletne wyposażenie niezbędne do nauczania wszelkich aspektów kreowania treści w nowych mediach, realizacji obrazu i dźwięku, reżyserii, współpracy z aktorem i pionem scenograficznym, a także umożliwia aktywne nauczanie zarządzania procesem produkcyjnym, zarządzania zespołem i treścią w nowych mediach.</p> <p>Prognozowane możliwości zatrudnienia i dalszego kształcenia absolwentów:</p> <p>1. Absolwent studiów „Creative management in new media” może pracować w:</p> <ul style="list-style-type: none"> - agencjach digitalowych i PR przy tworzeniu treści multimedialnych, - w działach marketingu firm, - telewizji, radiu, portalu internetowym lub innym „tradycyjnym” medium wykorzystującym zjawisko konwergencji mediów, - prowadzić własną działalność w wirtualnej przestrzeni w branżach kreatywnych (blogger, YouTuber itp.). <p>2. Dalsze kształcenie absolwentów może odbywać się w ramach planowanych kursów e-learningowych, będących jednak osobnym projektem edukacyjnym.</p>
25.	<p>Ogólna charakterystyka specjalności</p> <p>nie dotyczy</p>

CZĘŚĆ B: EFEKTY UCZENIA SIĘ

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Kod efektu uczenia się kierunku	Efekty uczenia się Po ukończeniu studiów drugiego stopnia o profilu ogólnoakademickim na kierunku studiów Creative management in new media absolwent:	Kody charakterystyk II stopnia PRK do których odnosi się efekt kierunkowy
WIEDZA		
K_W01	Student posiada wiedzę z zakresu mediów, Internetu oraz sztuki i estetyki; zna i rozumie problematykę współczesnej estetyki; świadomie porusza się we współczesnych zjawiskach artystycznych i dyskusjach teoretycznych dotyczących kultury wizualnej oraz ewolucji mediów masowego przekazu.	2018_P7S_WG, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W02	Student posiada wiedzę dotyczącą zasad percepcji wizualnej, sposobów notacji obrazu, budowy obrazu, oraz kreacji w powiązaniu ze sztuką.	2018_dz.szt._P7S_WG
K_W03	Student posiada wiedzę w zakresie: technologii i zasad funkcjonowania serwisów i przeglądarek internetowych; projektowania stron WWW - ich funkcjonalności, sfery prezentacji wizualnej; ma wiedzę z zakresu współczesnych standardów sieciowych w dziedzinie projektowania aplikacji internetowych i mobilnych.	2018_P7S_WG, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W04	Student zna produkcyjne, finansowe, marketingowe aspekty produkcji sieciowych; potrafi pozycjonować nowe produkcje i uwzględnić ich aspekt budżetowy. Ma wiedzę dotyczącą cyfrowej sztuki filmowej z uwzględnieniem wszystkich aspektów skutecznej komunikacji wirtualnej przestrzeni.	2018_P7S_WK, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W05	Student ma wiedzę na temat historii sztuki, teatru i dramatu; zna i rozumie problematykę współczesnego dzieła multimedialnego, posiada wiedzę, z zakresu społecznych i kulturowych kontekstów mediów audiowizualnych.	2018_dz.szt._P7S_WG
K_W06	Student zna i definiuje cele i rolę budżetowania w zarządzaniu przedsiębiorstwem, w tym rozumie i potrafi stosować metody nowoczesnego budżetowania, zna rodzaje kosztów i zasady sporządzania kosztorysów w produkcji projektu audiowizualnego.	2018_dz.szt._P7S_WG
K_W07	Student ma wiedzę na temat fachowej terminologii dotyczącej montażu, potrafi wykorzystać własną wyobraźnię i ekspresję artystyczną do montażu w projektach indywidualnych oraz zespołowych, posiada wiedzę o warsztacie operatorskim i fotograficznym, aktorskim oraz dźwiękowym i muzycznym.	2018_dz.szt._P7S_WG
K_W08	Student zna i rozumie pojęcia dotyczące ochrony własności intelektualnej, charakteryzuje prawa osobiste i majątkowe. Identyfikuje zasady prawa autorskiego w powiązaniu z obowiązującym w tym zakresie prawem Wspólnoty Europejskiej, rozumie pojęcie ochrony praw autorskich, czas trwania praw, rozumie kategorie dozwolonego użytku i udzielenia licencji, rozumie pojęcie umowy.	2018_P7S_WK, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W09	Student posiada wiedzę z zakresu analizy rynkowej projektu multimedialnego, uwarunkowań biznesowych, opisu produktu projektu, prowadzenia negocjacji z potencjalnymi inwestorami.	2018_P7S_WG, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W10	Student zna zasady prowadzenia negocjacji biznesowych i pracowniczych, zna podstawy psychologii, w tym psychologii Internetu, ma wiedzę na temat uwarunkowań funkcjonowania sieci.	2018_P7S_WK, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W11	Student ma wiedzę na temat zarządzania zespołem, planowania pracy zespołu, budżetowania, zarządzania projektem multimedialnym, w tym technik wspomagania kreatywności własnej i zespołu.	2018_P7S_UK, 2018_P7S_WK, 2018_dz.szt._P7S_WG
K_W12	Student ma wiedzę z zakresu muzyki filmowej i realizacji dźwięku w utworach multimedialnych, wykorzystywanych w social media.	2018_dz.szt._P7S_WG
UMIĘTNOŚCI		

K_U01	Student posiada umiejętności umożliwiające realizację własnych samodzielnych projektów filmowych, promocyjnych i reklamowych lub produkcyjnych.	2018_P7S_UU, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U02	Student ma umiejętności w zakresie projektowania statycznych i multimedialnych elementów graficznych przeznaczonych do publikacji w Internecie; posiada umiejętności samodzielnego tworzenia stron WWW z wykorzystaniem technologii HTML, CSS oraz wspomagających.	2018_dz.szt._P7S_UK
K_U03	Student posiada umiejętność kreowania własnej wypowiedzi artystycznej z użyciem narzędzi charakterystycznych dla mediów interaktywnych.	2018_P7S_UK, 2018_dz.szt._P7S_UK
K_U04	Student posiada umiejętności kierowania zespołem. Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy – co umożliwia samodzielne prowadzenie działalności gospodarczej.	2018_dz.szt._P7S_UW
K_U05	Student potrafi rozpoznać dzieło filmowe oraz przeprowadzić jego krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem typowych metod w celu określenia jego znaczeń i funkcji, a także oddziaływania kulturowego.	2018_dz.szt._P7S_UK
K_U06	Student ma umiejętność obsługi sprzętu i oprogramowania służącego do rejestracji obrazu i dźwięku i prezentacji multimedialnych. Potrafi obsługiwać programy edycyjne oraz świadomie wybrać formy i techniki obrazowania w zależności od właściwej charakterystyki realizowanego projektu.	2018_dz.szt._P7S_UW
K_U07	Student potrafi samodzielnie tworzyć, realizować i publicznie prezentować własne założenia estetyczne i autorskie koncepcje artystyczne w zakresie reżyserii.	2018_dz.szt._P7S_UW
K_U08	Student ma umiejętność ochrony danych, nadąża za szybkim rozwojem technologii związanej z bezpieczeństwem w sieci.	2018_P7S_UK, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U09	Student posiada umiejętności pozwalające na zbudowanie zespołu projektowego o wysokiej kreatywności działania, potrafi również wykorzystać techniki budżetowania i planowania biznesu w social media.	2018_P7S_UO, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U10	Student potrafi tworzyć utwory multimedialne do zastosowania w social media, potrafi wykorzystać w tych utworach muzykę i efekty dźwiękowe, wykorzystuje przy tym najnowsze technologie informatyczne.	2018_P7S_UW, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U11	Student posiada umiejętność pisania biznesplanu z zakresu projektów multimedialnych, potrafi analizować aktywność użytkowników serwisów Internetowych oraz narzędzi social media.	2018_P7S_UK, 2018_P7S_UO, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U12	Student posiada umiejętności negocjowania kontraktów z innymi podmiotami i swoimi pracownikami, potrafi wykorzystać zasady wpływu społecznego i zasady psychologii Internetu.	2018_P7S_UO, 2018_dz.szt._P7S_UW
K_U13	Student po ukończeniu studiów porozumiewa się w języku obcym posługując się komunikacyjnymi kompetencjami językowymi w stopniu zaawansowanym na poziomie B2+. Posiada umiejętność czytania ze zrozumieniem skomplikowanych tekstów naukowych oraz pogłębioną umiejętność przygotowania różnych prac pisemnych (w tym badawczych) oraz wystąpień ustnych dotyczących zagadnień szczegółowych z zakresu danego kierunku w języku obcym.	2018_P7S_UK
K_U14	Student posiada umiejętności współpracy z twórcami form audiowizualnych, wykorzystuje w praktyczny sposób zdobytą wiedzę teoretyczną w działaniach w zakresie współpracy artystycznej, wykazuje umiejętność kreatywnego modyfikowania założeń zarówno twórczych, jak i biznesowych.	2018_dz.szt._P7S_UK, 2018_dz.szt._P7S_UW
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	Student posiada kompetencje w obszarze sztuki mediów w zakresie rozumienia oraz krytycznej oceny specyfiki mediów interaktywnych we współczesnej kulturze, sztuce i biznesie; potrafi zbierać i analizować niezbędne dla projektu informacje, pracować i komunikować się w zespole.	2018_P7S_KK, 2018_dz.szt._P7S_KO
K_K02	Student posiada kompetencje w zakresie rozumienia specyfiki kreacji przestrzeni multimedialnej, potrafi tworzyć i komunikować niezależne idee. Rozumie potrzebę ustawicznego kształcenia się z racji szybkiej ewolucji technologii realizacji form audytywnych i audiowizualnych, potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.	2018_P7S_KO, 2018_dz.szt._P7S_KK
K_K03	Student posiada kompetencje w zakresie rozumienia mechanizmów procesu twórczego oraz kreatywnej pracy w zespole.	2018_P7S_KR, 2018_dz.szt._P7S_KK
K_K04	Student potrafi budować społeczność internetową wokół sieciowych projektów artystycznych i biznesowych oraz umie udostępniać i propagować w Internecie tworzone przez siebie utwory multimedialne.	2018_dz.szt._P7S_KO
K_K05	Student wykazuje kompetencje społeczne związane z występami publicznymi i prezentacją własnych dokonań twórczych, współpracuje i jest odpowiedzialny za swoją pracę, wykazuje zdolność do krytycznej oceny własnych i cudzych działań i dokonań artystycznych, opinii i postaw twórczych i intelektualnych.	2018_P7S_KR, 2018_dz.szt._P7S_KO

K_K06	Student jest nastawiony na ciągły rozwój i samodoskonalenie oraz inspirowanie i organizuje proces uczenia innych, jest zdolny do pogłębiania wiedzy i rozszerzania horyzontów poznawczych w ramach ustawicznego samokształcenia i weryfikowania przyjętych założeń oraz postaw intelektualnych i artystycznych.	2018_dz.szt._P7S_KR
K_K07	Student ma świadomość odpowiedzialności cywilnej za naruszenia prawa własności intelektualnej, wskazuje wybrane przykłady z orzecznictwa prawnego.	2018_dz.szt._P7S_KO
K_K08	Student dyskutuje na temat możliwości unowocześnienia i usprawnienia systemu wsparcia i efektywniejszego pozyskiwania środków finansowych UE.	2018_P7S_KO, 2018_dz.szt._P7S_KO
K_K09	Student posiada kompetencje w obszarze zarządzania zespołem projektowym, takie jak motywowanie, rozwiązywanie konfliktów, prowadzenie rozmów oceniających, planowanie pracy, budżetowanie i organizacja czasu pracy.	2018_P7S_KR, 2018_P7S_UK, 2018_dz.szt._P7S_KO
K_K10	Student posiada kompetencje w zakresie nawiązywania relacji handlowych z partnerami zewnętrznymi, poszukiwania inwestorów, rozumienia aktywności użytkowników social media wykorzystując do tego dane wtórne i pierwotne.	2018_P7S_KR, 2018_dz.szt._P7S_KO
K_K11	Student posiada wrażliwość muzyczną oraz rozeznanie w dominujących trendach w realizacji muzyki filmowej ukierunkowanej na wzbudzanie pożądanych emocji u odbiorcy.	2018_dz.szt._P7S_KO
K_K12	Student posiada potrafi wykorzystać technologie internetowe do budowania pozytywnych relacji z odbiorcami swoich dzieł, mając na uwadze ograniczenia techniczne serwisów społecznościowych.	2018_P7S_KR, 2018_dz.szt._P7S_KK

CZĘŚĆ C: PLAN STUDIÓW

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna
7.	Rok akademicki od którego obowiązuje zmieniony plan studiów	—

A											I rok						II rok					
											rodzaj zajęć			semestr 1			semestr 2			semestr 3		
Lp.	Nazwa modułu	Język wykł.	E/Z	Razem	W	I	Razem ECTS	W	I	E	W	I	E	W	I	E	W	I	E			
1	Analiza mediów społecznościowych	EN	E	30	15	15	3	15	15	3												
2	Film animowany	EN	E	30	15	15	3	15	15	3												
3	Film Development (rozwój projektu filmowego)	EN	E	30	15	15	4	15	15	4												
4	Podstawy reżyserii	EN	E	30	15	15	3	15	15	3												
5	Podstawy sztuki operatorskiej	EN	E	30	15	15	3	15	15	3												
6	Prawo autorskie	EN	E	30	15	15	2	15	15	2												
7	Problemy sztuki współczesnej	EN	E	30	15	15	2	15	15	2												
8	Produkcja gier video	EN	E	30	15	15	2	15	15	2												
9	Techniki pisania scenariusza	EN	E	30	15	15	3	15	15	3												
10	Warsztat 1 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat pitchingu 1 lub Warsztat producencki 1)	EN	E	30	15	15	5	15	15	5												
11	Budżetowanie projektu (do wyboru jeden przedmiot: Budżetowanie projektu audiowizualnego lub Budżetowanie wydarzenia)	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
12	Copywriting	EN	E	30	15	15	2				15	15	2									
13	Dźwięk w filmie i nowych mediach	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
14	Kierownictwo post-produkcji	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
15	Kierownictwo produkcji	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
16	Pitching (publiczna prezentacja projektu filmu)	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
17	Post-produkcja	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
18	Pozyskiwanie środków finansowych i sponsoring	EN	E	30	15	15	2				15	15	2									
19	Prowadzenie negocjacji (do wyboru jeden przedmiot: Prowadzenie negocjacji biznesowych lub Prowadzenie negocjacji pracowniczych)	EN	E	30	15	15	3				15	15	3									
20	Warsztat 2 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat pitchingu 2 lub Warsztat producencki 2)	EN	E	30	15	15	5				15	15	5									
21	Montaż filmu (do wyboru jeden przedmiot: Montaż filmu fabularnego lub Montaż filmu dokumentalnego)	EN	E	30	15	15	3							15	15	3						
22	Muzyka w sztuce audiowizualnej (do wyboru jeden przedmiot: Muzyka w filmie fabularnym lub Muzyka w filmie dokumentalnym)	EN	E	30	15	15	3							15	15	3						
23	Ochrona własności intelektualnej	EN	E	30	15	15	2							15	15	2						
24	Projektowanie gier wideo - logika i mechanika gier	EN	E	30	15	15	3							15	15	3						
25	Seminarium magisterskie 1	EN	E	30		30	5								30	5						
26	Techniki autopromocji w mediach społecznościowych	EN	E	30	15	15	2							15	15	2						
27	Technologia mediów społecznościowych	EN	E	30	15	15	2							15	15	2						
28	Technologie rozszerzonej rzeczywistości	EN	E	30	15	15	3							15	15	3						
29	Warsztat 3 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat operatorski 1 lub Warsztat reżyserski 1)	EN	E	30	15	15	5							15	15	5						
30	Współpraca z aktorem	EN	E	30	15	15	2							15	15	2						

A								I rok						II rok					
								semestr 1			semestr 2			semestr 3			semestr 4		
Lp.	Nazwa modułu	Język wykł.	E/Z	rodzaj zajęć			Razem ECTS												
				Razem	W	I		W	I	E	W	I	E	W	I	E	W	I	E
31	Film reklamowy	EN	E	30	15	15	3										15	15	3
32	Kierunki rozwoju nowych mediów	EN	E	30	15	15	2										15	15	2
33	Marketing w mediach społecznościowych	EN	E	30	15	15	2										15	15	2
34	Psychologia społeczna i kognitywna	EN	E	30	15	15	3										15	15	3
35	Seminarium magisterskie 2	EN	E	30		30	6											30	6
36	Techniki sprzedaży dzieła multimedialnego	EN	E	30	15	15	2										15	15	2
37	Techniki twórczego myślenia (do wybor jeden przedmiot: Techniki twórczego myślenia – indywidualne lub Techniki twórczego myślenia – grupowe)	EN	E	30	15	15	3										15	15	3
38	Warsztat 4 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat operatorski 2 lub Warsztat reżyserski 2)	EN	E	30	15	15	5										15	15	5
39	Współpraca reżysera z producentem	EN	E	30	15	15	2										15	15	2
40	Zarządzanie zespołem (do wyboru jeden przedmiot: Zarządzanie zespołem multimedialnym lub Zarządzanie zespołem produkcyjnym)	EN	E	30	15	15	2										15	15	2
RAZEM A:				1200	570	630	120	150	150	30	150	150	30	135	165	30	135	165	30
RAZEM SEMESTRY:				1200	570	630	120	300	30		300	30		300	30		300	30	
OGÓŁEM								1200											

Studia kończą się nadaniem tytułu zawodowego magistra na kierunku Creative management in new media.

Legenda:

Każdy semestr składa się z 15 tygodni

E/Z - egzamin/zaliczenie

E - punkty ECTS

W - wykład, I - pozostałe formy zajęć różne od wykładu (ćwiczenia, laboratorium, konwersatorium, seminarium, proseminarium, lektorat, ćwiczenia terenowe, warsztat, praktyka, tutoring)

CZĘŚĆ D: OPIS MODUŁÓW

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Analiza mediów społecznościowych

Kod modułu: W8-ZN-S2-AMS

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
AMS_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu egzaminu ustnego oraz końcowej oceny projektu grupowego.	AMS_1, AMS_2
AMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi będzie średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	AMS_3, AMS_4, AMS_5, AMS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
AMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Stosowana będzie ponadto metoda przypadków, dyskusja dydaktyczna, metody praktyczne, metoda projektów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	AMS_w_1
AMS_fs_2	ćwiczenia	Przygotowanie analizy badań rynkowych produktów z uwzględnieniem wskaźnika CTP. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	15	Samodzielną realizacją wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	AMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Budżetowanie projektu (do wyboru jeden przedmiot: Budżetowanie projektu audiowizualnego lub Budżetowanie wydarzenia)

Kod modułu: W8-ZN-S2-BPM

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Budżetowanie projektu audiowizualnego •Budżetowanie wydarzenia <p>Opis przedmiotu: Budżetowanie projektu audiowizualnego</p> <p>Celem tego przedmiotu jest posiadanie umiejętności, kosztorysowania, tj. planowania kosztów związanych z działalnością twórczą i producencką w branży medialnej. Zagadnienia, które zostaną poruszone w ramach modułu to planowanie, tworzenie, zatwierdzanie i kontrola budżetu. W ramach przedmiotu prezentowane będą podstawy tworzenia kosztorysu, zwyczajowe stawki, rodzaje kosztów i ich wyliczenie. Celem modułu jest pozyskanie przez studenta wiedzy o składowych kosztach przedsięwzięcia czy projektu, dyscyplinie finansowej oraz planowaniu. Student nabędzie wiedzę o</p>

	<p>sposobach kształtowania przepływów pieniężnych, umiejętność analizy finansowej projektu oraz kompetencje niezbędne do oceny proporcji kosztów i przychodów.</p> <p>Opis przedmiotu: Budżetowanie wydarzenia</p> <p>Celem tego przedmiotu jest posiadanie umiejętności, kosztorysowania, tj. planowania kosztów wydarzeń artystycznych i innych związanych z branżą nowych mediów. Zagadnienia, które zostaną poruszone w ramach modułu to planowanie, tworzenie, zatwierdzanie i kontrola budżetu. W ramach przedmiotu prezentowane będą podstawy tworzenia kosztorysu, zwyczajowe stawki, rodzaje kosztów i ich wyliczenie. Celem modułu jest pozyskanie przez studenta wiedzy o składowych kosztach wydarzenia, dyscyplinie finansowej oraz planowaniu. Student nabędzie wiedzę o sposobach kształtowania przepływów pieniężnych, umiejętność analizy finansowej przedsięwzięcia i monitorowania wykonywanych zadań oraz kompetencje niezbędne do oceny proporcji kosztów i przychodów oraz kontroli kierownictwa niższego szczebla.</p>
Wymagania wstępne	Student powinien znać podstawy rachunkowości oraz obsługi MS Excela. Powinien znać podstawy negocjacji oraz umiejętności kontaktów międzyludzkich. Powinien być świadomy potencjalnych zagrożeń, w przypadku złego skalkulowania swojego projektu.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
BPM_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej lub ustny polegający na weryfikacji następujących kompetencji: umiejętność zaplanowania kosztów przedsięwzięcia, umiejętność wydatkowania i rozliczenia kosztów.	BPM_1, BPM_2
BPM_w_2	Ocena ciągła	Ocena połowiczna za przygotowanie budżetu planowanego oraz końcowa za przygotowanie budżetu wykonawczego, stosunek oszczędności oraz nieprzekraczalności budżetu wynikowego do planowanego.	BPM_3, BPM_4, BPM_5, BPM_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
BPM_fs_1	wykład	Interaktywny wykład, w ramach którego wprowadzone zostaną elementy dyskusji, studium przypadku, gry oraz techniki twórczego myślenia.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	BPM_w_1
BPM_fs_2	ćwiczenia	Dyskusja, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne, metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna, metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	BPM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Copywriting

Kod modułu: W8-ZN-S2-C

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Celem przedmiotu jest prezentacja podstawowych treści z zakresu opracowywania tekstu i przygotowywania go do poprawnego wyświetlania w Internecie. Kolejnymi celami zajęć jest kształcenie umiejętności prowadzenia własnej witryny internetowej, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na umieszczenie i rozpropagowanie tekstu w Internecie, omówienie umiejętności i kompetencji webwritera, przedstawienie funkcjonowania tekstu w mediach społecznościowych np. w Facebook, Twitter, Google+.</p> <p>Kolejnymi zagadnieniami, przedstawionymi na zajęciach, będą: łączenie tekstu z elementami graficznymi i multimedialnymi, pisanie tekstów do publikacji i sloganów reklamowych. Zajęcia odbędą się w grupach projektowych, gdzie każda z osób ma delegowany inny zakres pracy. W ramach zajęć pisane będą teksty wykorzystywane w reklamach prasowych, radiowych, telewizyjnych i wszelkich innych materiałach promocyjnych, takich jak ulotki, broszury, katalogi, strony internetowe, itp. Studenci uczestniczą w całym procesie kreacji, zaczynając od ustalenia treści graficznego motywu ogłoszenia czy ulotki, poprzez tworzenie tekstów, pisanie scenariuszy filmów reklamowych, spotów radiowych, wyszukiwanie muzyki do reklam, itp.</p>

Wymagania wstępne	Pożądana jest znajomość mechanizmów marketingowych, wyobraźnia i kreatywność, wysokie zdolności komunikacyjne, umiejętność wyszukiwania i weryfikowania informacji, znajomość angielskiego, podstaw psychologii. Niezbędna jest dobra organizacja pracy, systematyczność oraz umiejętność szybkiego pisania na klawiaturze komputera.
--------------------------	---

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
C_w_1	Sprawdzian	Test z zagadnień teoretycznych, aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), kolokwium, przygotowanie prezentacji tematycznych.	C_1, C_2
C_w_2	Ocena ciągła	Aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), studium przypadku, praca projektowa, prezentacja.	C_3, C_4, C_5, C_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
C_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	C_w_1
C_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone ze względu na swoją specyfikę w mniejszych grupach, wymagające specjalistycznego oprogramowania dostępnego wyłącznie w pracowniach komputerowych. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	C_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Dźwięk w filmie i nowych mediach

Kod modułu: W8-ZN-S2-RD

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
RD_w_1	Sprawdzian	Test kontrolny obejmujący zagadnienia omawiane na zajęciach oraz wskazane studentom do opracowania w ramach pracy własnej.	RD_1, RD_2
RD_w_2	Ocena ciągła	Praca semestralna oceniania jest pod kątem technicznym i merytorycznym. Kryteria oceniania praktycznej pracy semestralnej: wprowadzanie do realizacji kreatywnych metod pracy, większa pomysłowość i wynalazczość przy realizacji zadań, duża samodzielność przy wykonywaniu zadań, realizowanie kilku wariantów danego zagadnienia, własne poszukiwania i inwencja twórcza. Ze względu na szczególną niewymierność oceniania w dziedzinie sztuk pięknych, kryteria te w uzasadnionych przypadkach mogą ulec zmianom. Ocena końcowa jest średnią ważoną z pisemnego testu kontrolnego (waga 3) oraz z praktycznej pracy semestralnej (waga 2).	RD_3, RD_4, RD_5, RD_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
RD_fs_1	wykład	Wykład prezentujący teoretyczne i praktyczne zagadnienia z przedmiotu przy pomocy prezentacji multimedialnych. Prezentowane są także fragmenty audio ścieżek dźwiękowych oraz audio-video dzieł filmowych wraz z wglądem w partytury muzyczne i inne przykłady muzyczne.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	RD_w_1
RD_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia prowadzone są w pracowni komputerowej z zastosowaniem programu typu DAW (Pro Tools), mikrofonów.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	RD_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Film animowany

Kod modułu: W8-ZN-S2-FA

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest określenie miejsca filmu animowanego w kulturze przełomu wieków. Poznanie filmu animowanego od strony artystycznej oraz technik animacji. Wskazanie tendencji w obszarze animacji, gdyż współcześnie coraz częściej stosuje się grafikę i animację wspomaganą komputerowo. Animacja stawia przed uczestnikami kursu cele propedeutyczne w obszarze wiedzy z dziedziny historii i teorii filmu animowanego oraz praktycznej znajomości podstawowych technik realizacji filmu animowanego. Pierwsza teoretyczna część stawia zadanie umiejscowienia filmu animowanego w dziejach kina popularnego i artystycznego od pionierskich prób J. Stuarta Blacktona, Winsora McCaya, Emile'a Cohla oraz Władysława Starewicza, przez zawrotne osiągnięcia wielkich producentów amerykańskich (bracia Fleischer, Walt Disney), aż po powojenny triumf konkurujących z amerykańską kinematografią europejskich szkół narodowych: szkoły zagrzebskiej (Borivoj Dovniković Bordo, Nadeljko Dragić, Dušan Vukotić), polskiej (Jan Lenica, Walerian Borowczyk), czeskiej (Jiří Trnka) itd. Szczególny nacisk zostanie położony na animację autorską II poł. XX wieku, której idee kontynuowane są

	przez kolejne pokolenia artystów działających współcześnie oraz perspektywy wykorzystania osiągnięć kina autorskiego dla potrzeb animacji użytkowej. Zajęcia realizowane są w grupach projektowych.
Wymagania wstępne	Zalecany jest udział uczestników zajęć w projekcjach filmów animowanych w trakcie festiwalu filmowych.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
FA_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja wiedzy teoretycznej i praktycznej następuje poprzez realizację projektów z obszaru animacji. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: zaliczenie/egzamin końcowy (test prawda-falsz, pytania otwarte).	FA_1, FA_2
FA_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja wiedzy teoretycznej i praktycznej następuje poprzez realizację projektów z obszaru animacji. Ocena końcowa stanowi sumaryczną ocenę udziału w konwersatoriach (kolokwium 50%) oraz w warsztatach animacji (ocena projektu wykonanego pod kierunkiem prowadzącego zajęcia praktyczne 50%).	FA_3, FA_4, FA_5, FA_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
FA_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	FA_w_1
FA_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia w części warsztatowej poświęcone zostaną prezentacji podstawowych technik filmu animowanego: animacji rysunkowej, przedmiotowej (w tym lalkowej), animacji materiałów plastycznych (zwłaszcza plastelina) oraz sypkich, piksytacji oraz animacji wycinankowej, a także najbardziej dynamicznie w ostatnich latach rozwijającej się animacji 3D. Uczestnicy będą mogli zapoznać się ze sposobami wykorzystania podstawowych technik realizacji filmów animowanych, z kolejnymi etapami ich powstawania zarówno w technikach klasycznych (od pomysłu, przez scenariusz, storyboard, fazę zdjęciową, montaż, udźwiękowienie, aż po finalny efekt), jak i komputerowych.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	FA_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Film Development (rozwój projektu filmowego)

Kod modułu: W8-ZN-S2-FD

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
FD_1	Student ma wiedzę z zakresu planowania i realizacji Film Developmentu.	K_W09	5
FD_2	Student ma wiedzę z zakresu metod i technik stosowanych w trakcie rozwoju projektu filmowego oraz ma wiedzę o istotnych działaniach w fazie developmentu.	K_W11	4
FD_3	Student potrafi zaplanować projekt filmowy, określić jego warunki finansowo-organizacyjne, zdefiniować strukturę organizacyjną projektu filmowego, stworzyć plan wykorzystania zasobów oraz tworzyć wstępne umowy.	K_U09	5
FD_4	Student potrafi wykorzystywać oprogramowanie komputerowe, w tym pracę z aplikacjami w trybie on-line do zarządzania pracami koncepcyjnymi, rozwojem projektu filmowego i opisem tego rozwoju.	K_U11	4
FD_5	Student ma kompetencje do pełnienia roli lidera projektu filmowego przy jednoczesnym weryfikowaniu przyjętych wcześniej założeń oraz postaw intelektualnych i artystycznych.	K_K06	3
FD_6	Student posiada zdolność tworzenia zespołu filmowego, ma świadomość znaczenia współdziałania, rozwijania relacji międzyludzkich i profesjonalnych.	K_K09	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest zapoznanie studentów z praktyczną wiedzą związaną z Film Developmentem oraz nabycie niezbędnych umiejętności podczas prac koncepcyjnych i rozwoju projektu filmowego. W szczególności studenci zdobędą umiejętności i kompetencje związane z pracą wstępną prowadzącą do wyprodukowania filmu fabularnego, dokumentalnego i animowanego, przygotowaniem i pisanem scenariusza oraz poprawek scenariuszowych, współpracy ze script doctorem, poszukiwaniem inwestorów i koproducentów, przygotowaniem planów finansowych, tworzeniem dokumentacji scenograficznej. Moduł ten obejmuje następujące zagadnienia: development scenariuszowy, development produkcyjny, tworzenie umów w celu przygotowania produkcji filmowej, skosztorysowania prac wstępnych, przygotowanie finansowo-organizacyjne produkcji filmowej, rodzaje wstępnych umów producenta z reżyserem, charakterystyka i opis rozwoju projektu oraz sposoby rozwoju postaci w scenariuszu. Finalnym celem modułu jest zdobycie umiejętności, dzięki której student oceni szanse powodzenia i możliwości realizacji projektu jako kontynuacja procesu produkcji filmowej.
Wymagania wstępne	Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu procesów i etapów tworzenia dzieła filmowego.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
FD_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu egzaminu ustnego oraz końcowej oceny projektu grupowego.	FD_1, FD_2
FD_w_2	Ocena ciągła	Ocena prac cząstkowych mających na celu nabycie przez studenta umiejętności związanych z Film Developmentem.	FD_3, FD_4, FD_5, FD_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
FD_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	FD_w_1
FD_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego zarządzania procesem w ramach Film Developmentu. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja biznesowa. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	FD_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Film reklamowy

Kod modułu: W8-ZN-S2-FR

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest poznanie zasad realizacji komunikatu reklamowego jako formy kreatywnej promocji biznesu, a także technik i reguł obowiązujących w skutecznym komunikacie reklamowym, jak również psychologicznych aspektów odbioru treści reklamowych przez odbiorców. Choć spot reklamowy kojarzy się głównie z telewizją, od kilku lat rynek reklamy internetowej rozwija się w dynamicznym tempie. Yotubizacja rynku reklamy stała się faktem. Tak więc nabycie kompetencji skutecznej komunikacji w sieci jest bardzo istotne. Zajęcia służyć będą poznaniu specyfiki i miejsca reklamy prasowej oraz audiowizualnej we współczesnej kulturze i rynku mediów, zapoznaniu się z budową reklam jako komunikatów perswazyjnych, analizie warstwy werbalnej, graficznej i audiowizualnej reklam.

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
FR_w_1	Sprawdzian	Zaliczenie przedmiotu na ocenę: ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie obecności na zajęciach, oceny za wykonanie projektu grupowego, oceny ze sprawdzianu praktycznego i odpowiedzi ustnej.	FR_1, FR_2
FR_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	FR_3, FR_4, FR_5, FR_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
FR_fs_1	wykład	Wykład problemowy, metody aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem).	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	FR_w_1
FR_fs_2	ćwiczenia	Prezentacja poszczególnych zadań w formie prezentacji.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	FR_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Kierownictwo post-produkcji

Kod modułu: W8-ZN-S2-KPP

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
KPP_1	Student ma wiedzę o zarządzaniu procesami i pracy w zespole post-produkcyjnym.	K_W04 K_W11	5 5
KPP_2	Student zna rodzaje kosztów planowanych i ponoszonych w okresie post-produkcyjnym form audiowizualnych.	K_W06	4
KPP_3	Student potrafi kierować zespołem post-produkcyjnym.	K_U04	4
KPP_4	Student potrafi planować działania zespołu post-produkcyjnego i zna specyfikę pracy poszczególnych współpracowników.	K_U09	5
KPP_5	Student posiada kompetencje związane z rozumieniem procesów pracy i kreacji w zespole post-produkcyjnym.	K_K03	4
KPP_6	Student jest zdolny do zarządzania zespołem i etapami procesu post-produkcji.	K_K09	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest zgłębianie zagadnień dotyczących pracy w zespole post-produkcyjnym, rozwijanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w kluczowych elementach pracy zarządzania procesem post-produkcji. Studenci pogłębią swoją wiedzę z zakresu faz towarzyszących etapowi post-produkcji. Studenci poznają techniki pozwalające prowadzić twórcze dyskusje związane z post-produkcją obrazu i dźwięku tak, aby przynosiły one najlepsze rezultaty. W ramach modułu uzyskają wiedzę na temat różnych problemów towarzyszących post-produkcji filmowej i nowych mediów. Prezentowane studia przypadku będą elementem wzmacniającym kompetencje i pogłębiającym wiedzę przyszłego kierownika post-produkcji czy post supervisor'a. W ramach modułu studenci będą doskonalić umiejętności: prowadzenia spotkań post-produkcyjnych, negocjacji, szacowania czasu spotkań i moderowania dyskusji, komunikowania się z grupą współpracowników, tworzenia planów spotkań post-produkcyjnych i opisu celów kierownictwa post-produkcji. Moduł ten obejmuje takie zagadnienia, jak kwestie organizacyjne, kwestie techniczne i kwestie finansowe związane z post-produkcją filmową i nowych mediów.
Wymagania wstępne	Student powinien mieć wiedzę o etapach produkcji filmowej i nowych mediów oraz zarządzaniu zasobami ludzkimi.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
KPP_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowana przez wykonanie pracy pisemnej zawierającej dokumentację związaną z działaniami podejmowanymi przez kierownictwo post-produkcji.	KPP_1, KPP_2
KPP_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia umiejętności i kompetencji będzie realizowana przy zastosowaniu kolokwium ustnych z tematyki związanej z Kierownictwem post-produkcji.	KPP_3, KPP_4, KPP_5, KPP_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
KPP_fs_1	wykład	Metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny).	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	KPP_w_1
KPP_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego zarządzania procesem w ramach przyszłej pracy kierownictwa post-produkcji. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	KPP_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Kierownictwo produkcji

Kod modułu: W8-ZN-S2-KP

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
KP_1	Student zna techniki pracy kierownictwa produkcji: planowania, organizowania pracy, podejmowania decyzji, prowadzenia zebrania i zarządzania czasem.	K_W11	5
KP_2	Student posiada wiedzę z zakresu technik podejmowania decyzji i uwarunkowań ich podejmowania. Zna mechanizmy popełniania błędów podczas podejmowania decyzji.	K_W10	4
KP_3	Student potrafi zaplanować proces produkcji filmu, audycji telewizyjnej i widowiska stosując wybrane techniki planowania i umiejętnie kieruje zespołem.	K_U04	5
KP_4	Student posiada umiejętności budowania zespołów ludzkich oraz kompetencji wymagane w zarządzaniu wieloosobowymi zespołami ludzi.	K_U09	4
KP_5	Student posiada zdolność twórczego poszukiwania rozwiązań problemów producenckich i weryfikacji przyjętych założeń w trakcie realizacji etapów procesu produkcji.	K_K06	4
KP_6	Student jest zdolny do zarządzania zespołem i etapami procesu produkcji.	K_K09	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest zgłębianie zagadnień dotyczących pracy w zespole produkcyjnym, rozwijanie wiedzy, umiejętności i kompetencji w kluczowych elementach pracy kierownictwa produkcji. Studenci pogłębią swoją wiedzę z zakresu etapu procesu produkcji. Studenci poznają techniki pozwalające prowadzić twórcze dyskusje tak, aby przynosiły one najlepsze efekty. W ramach modułu uzyskają wiedzę na temat różnych problemów towarzyszących produkcji filmowej i nowych mediów. Prezentowane studia przypadku będą elementem wzmacniającym kompetencje i pogłębiającym wiedzę przyszłego producenta. W ramach modułu studenci będą doskonalić umiejętności: prowadzenia spotkań produkcyjnych, negocjacji, szacowania czasu spotkań i moderowania dyskusji. Moduł ten obejmuje takie zagadnienia, jak: rodzaje umów rynkowych, sposoby komunikowania się, tworzenie planu spotkania, rodzaje celów kierownictwa produkcji, wyodrębnionych w oparciu o różne kryteria, zróżnicowanie celów wyznaczonych w etapach produkcji (development, preprodukcja, produkcja i postprodukcja), zasady ustalania celów i tworzenie harmonogramów.
Wymagania wstępne	Student powinien mieć podstawową wiedzę o branży filmowej i zarządzaniu zasobami ludzkimi.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
KP_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągnięcia przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowana przez wykonanie pracy pisemnej zawierającej dokumentację związaną z działaniami podejmowanymi przez kierownictwo produkcji.	KP_1, KP_2
KP_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja stopnia osiągnięcia przez studentów założonych efektów kształcenia umiejętności i kompetencji będzie realizowana przy zastosowaniu kolokwium ustnych z tematyki związanej z Kierownictwem produkcji.	KP_3, KP_4, KP_5, KP_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
KP_fs_1	wykład	Metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny).	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	KP_w_1
KP_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego zarządzania procesem w ramach przyszłej pracy kierownictwa produkcji. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	KP_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Kierunki rozwoju nowych mediów

Kod modułu: W8-ZN-S2-KRNM

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
KRNM_1	Student zna zależności, jakie zachodzą pomiędzy ideami i teoriami zmiany społecznej pod wpływem nowych technologii komunikacyjnych i medialnych, a tworzeniem się nowego typu społeczeństwa i przemian dokonujących się współcześnie w komunikacji i biznesie, ma wiedzę na temat nowych technologii komunikacyjnych i możliwości ich wykorzystania w przygotowywaniu i prezentowaniu analiz zjawisk, procesów i przemian zachodzących współcześnie.	K_W01	5
KRNM_2	Student ma wiedzę na temat przemian zachodzących we współczesnym społeczeństwie pod wpływem nowych technologii medialnych, ma pogłębioną wiedzę na temat organizacji i funkcjonowania mediów w aspekcie zmian technologicznych, które wpływają na ich funkcje i znaczenie we współczesnym świecie.	K_W04	4
KRNM_3	Student potrafi samodzielnie dokonać analizy zasad funkcjonowania nowych mediów współcześnie i ich przemian pod wpływem nowych technologii, ma umiejętność samodzielnego projektowania i przeprowadzania projektów badawczych z zakresu nauk społecznych z wykorzystaniem zaawansowanych technologicznie technik badawczych.	K_U01	5
KRNM_4	Student potrafi samodzielnie wykonać prezentację multimedialną wykorzystując interdyscyplinarne źródła, aby przedstawić przemiany zachodzące we współczesnym świecie pod wpływem nowych technologii medialnych oraz w obrębie samych mediów.	K_U03	4
KRNM_5	Student jest gotowy do współpracy w grupie przy realizacji projektów i przyjmowania w nich różnych ról, uczestniczy w sposób świadomy i odpowiedzialny w rzeczywistości wirtualnej.	K_K01	4
KRNM_6	Student samodzielnie przygotowuje prezentację, dobierając problem do analizy i jest otwarty na krytyczną dyskusję wokół prezentowanych tematów oraz aktywny w niej udział.	K_K04	3

3. Opis modułu

Opis	Celem zajęć jest ponadto poznanie podstawowych pojęć i kategorii związanych z rozwojem nowych technologii. W ramach zajęć analizie zostaną podane najpopularniejsze oraz najbardziej efektywne kampanie w mediach społecznościowych, jak również zbadany wpływ social mediów na kształtowanie się relacji i stosunków międzyludzkich w teorii i praktyce. Studenci poznają najistotniejsze cechy charakterystyczne nowych mediów: indywidualizację – dotarcie ze spersonalizowaną informacją do konkretnej grupy odbiorców, dostosowanie komunikatu do potrzeb informacyjnych indywidualnego odbiorcy (personalizacja urządzania, zawartości komunikatu oraz formy), interaktywność - możliwość wygenerowania sprzężenia
-------------	--

	zwrotnego (tzw. feedbacku) w czasie rzeczywistym, gromadzenie informacji przez nadawcę o reakcjach na przesłany komunikat do odbiorcy, przenośność (wielofunkcyjność) – wielość platform korzystania z treści cyfrowej, komputer, tablet, telefon) i łatwość w kopiowaniu zawartości komunikatu bez utraty jakości informacji, trwałość komunikatu - cykl życia informacji jest bardzo długi, dostępność - korzystanie z informacji w czasie i miejscu, (mobilność) dogodna dla odbiorcy, brak ograniczeń czasowych i przestrzennych w konsumpcji informacji przez odbiorcę. Charakter zajęć będzie połączeniem wiedzy teoretycznej z praktycznymi działaniami zespołów kreatywnych powołanych dla potrzeb realizacji programu.
Wymagania wstępne	Student winien mieć wiedzę na temat tzw. nowych mediów i ich roli w tworzeniu, transmisji i reprodukowaniu współczesnej komunikacji. Ten aspekt koresponduje w dużym stopniu z kompetencjami technologicznymi.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
KRNM_w_1	Sprawdzian	Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: egzamin końcowy (test, pytania otwarte - w formie pisemnej lub ustnej), studium przypadku.	KRNM_1, KRNM_2
KRNM_w_2	Ocena ciągła	Podstawowym wymogiem umożliwiającym zaliczenie przedmiotu jest obecność i aktywność podczas zajęć praktycznych. Kolejnym wymogiem będzie praca w zespołach polegająca na opracowaniu projektu na temat wskazany przez prowadzącego. Oceniane będzie kompleksowe podejście do tematu oraz kreatywność. Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), referat, studium przypadku, raport, budowanie i analiza modeli prognostycznych.	KRNM_3, KRNM_4, KRNM_5, KRNM_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
KRNM_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	KRNM_w_1
KRNM_fs_2	ćwiczenia	Podczas ćwiczeń studenci będą mieli okazję zdobyć solidne podstawy dotyczące skutecznych i efektywnych form komunikacji we współczesnej gospodarce elektronicznej oraz nowoczesnych narzędzi do współdzielenia i udostępniania danych przez użytkowników. Nabędą praktyczną wiedzę i umiejętności z zakresu zastosowania poczty elektronicznej, systemów wideokonferencyjnych, chatbootów oraz szeroko pojętych zasobów Internetu w zarządzaniu relacjami z klientami.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	KRNM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing w mediach społecznościowych

Kod modułu: W8-ZN-S2-MWMS

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Celem zajęć jest nabycie przez studentów poznanie metod zarządczych służących skutecznej komunikacji, aktualizacja i rozwinięcie wiedzy oraz umiejętności słuchaczy niezbędnych do efektywnego stosowania nowoczesnych technologii z uwzględnieniem aktualnych warunków ekonomicznych oraz konkurencyjnego otoczenia.</p> <p>Zajęcia służyć będą zdefiniowaniu procesu sieciowej komunikacji i nakreśleniu najważniejszych elementów dialogu klient-firma oraz sposobom budowania zaufania i lojalności klienta wobec firmy za pomocą wymiany informacji. Przedmiot realizowany będzie w małych grupach projektowych i służyć będzie praktycznej ocenie skutecznej komunikacji w cyfrowym środowisku z wykorzystaniem technik stosowanych w marketingu sieciowym. Studenci poznają nowoczesne techniki sieciowej komunikacji ze wskazaniem różnic komunikacyjnych oraz narzędzi w zależności od zdefiniowanych</p>

	grup docelowych. Nabędą kompetencje w tworzeniu komunikatów z obszaru content marketingu, marketingu partyzanckiego, memów oraz marketingu w czasie rzeczywistym. Poznają narzędzia komunikacji z klientem w Internecie z wyszczególnieniem: poczty elektronicznej (e-mail), grup dyskusyjnych, komunikacji bezpośredniej - chat, kartek wirtualnych z życzeniami, sposobów współtworzenia strony www, gier i gadżetów elektronicznych, wideokonferencji.
Wymagania wstępne	Student powinien dysponować podstawową wiedzą na temat funkcjonowania cyfrowej komunikacji. Wykazywać się kreatywnością myślenia znać podstawowe narzędzia wykorzystywane w komunikacji: język, obraz, znać język angielski.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MWMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin ustny - dyskusja otwarta, w trakcie której analizowane są poszczególne projekty przygotowane przez studentów. Po zakończeniu dyskusji na dany temat prowadzący dokonuje krótkiego podsumowania obejmującego ocenę wypowiedzi dyskutantów oraz ocenia projekty przygotowane przez zespoły powołane przez studentów.	MWMS_1, MWMS_2
MWMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	MWMS_3, MWMS_4, MWMS_5, MWMS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MWMS_fs_1	wykład	Wykład problemowy, metody aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem, panelowa) metody praktyczne: ćwiczenia przedmiotowe. Zajęcia prowadzone są w formie konwersatoryjnej. W trakcie zajęć prowadzący przedstawia studentom problem. Studenci powołują grupy do realizacji konkretnych zadań. Przygotowują prezentacje, które są oceniane na kolejnych zajęciach. Analizowane są możliwe warianty rozwiązania problemu.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	MWMS_w_1
MWMS_fs_2	ćwiczenia	Prezentacja poszczególnych zadań w formie prezentacji.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	MWMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Montaż filmu (do wyboru jeden przedmiot: Montaż filmu fabularnego lub Montaż filmu dokumentalnego)

Kod modułu: W8-ZN-S2-MF

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Montaż filmu fabularnego •Montaż filmu dokumentalnego <p>Opis przedmiotu: Montaż filmu fabularnego</p> <p>Celem modułu jest wykształcenie umiejętności wyboru zrealizowanego materiału do filmu fabularnego i scalenia go w jedną całość, przekazywanie wiedzy dotyczącej montażu oraz technik przetwarzania obrazu, kształcenie umiejętności i wzmacnianie kompetencji w łączeniu obrazu z dźwiękiem, w tym z muzyką. Wśród elementów praktycznej nauki sztuki montażu będą planowanie kosztów, planowanie realizacji materiału audiowizualnego. Moduł montaż filmu fabularnego będzie okazją do poznania przez studentów technik montaż, dzięki którym kreowana narracja może nabrać cech różnych gatunków filmowych. Ważnym elementem będzie tworzenie spójnej kompozycji dzięki przekazanym technicznym tajnikom pracy nad obrazem, dźwiękiem i muzyką. Student pozna rodzaje realizacji ujęć, rodzaje planów (bliski, amerykański), zbliżenie, półzbliżenie i inne. W ramach modułu pozna</p>

	<p>on międzynarodową nomenklaturę, dzięki której łatwiej będzie się mu komunikować z zespołem podczas realizacji scen, jak i podczas samego montażu.</p> <p>Opis przedmiotu: Montaż filmu dokumentalnego</p> <p>Celem modułu jest wykształcenie umiejętności wyboru zrealizowanego materiału do filmu dokumentalnego i scalenia go w jedną całość, przekazywanie wiedzy dotyczącej montażu oraz technik przetwarzania obrazu, kształcenie umiejętności i wzmacnianie kompetencji w łączeniu obrazu z dźwiękiem, w tym z muzyką. Wśród elementów praktycznej nauki sztuki montażu będą planowanie kosztów, planowanie realizacja materiału audiowizualnego. Ważnym elementem będzie tworzenie spójnej kompozycji dzięki przekazanym technicznym tajnikom pracy nad obrazem, dźwiękiem i muzyką. Student pozna rodzaje realizacji ujęć, rodzaje planów (bliski, amerykański), zbliżenie, półzbliżenie i inne. W ramach modułu pozna on międzynarodową nomenklaturę, dzięki której łatwiej będzie się mu komunikować z zespołem podczas realizacji scen, jak i podczas samego montażu.</p>
Wymagania wstępne	<p>Student powinien znać podstawy łączenia technik realizacji. Powinien znać podstawy komunikacji, typu jaki rodzaj planu chce teraz wykorzystać. Powinien posiadać wrażliwość oraz wiedzę na temat filmu i telewizji.</p> <p>Student powinien mieć podstawy, podać konkretne przykłady filmów i programów telewizyjnych, które mają podobne style montażowe.</p>

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MF_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian praktyczny polegający na weryfikacji następujących kompetencji: rozpoznawanie wybranych kadrów z filmu jako część historii i umiejętne posługiwanie się nimi.	MF_1, MF_2
MF_w_2	Ocena ciąguła	Ocenianie poszczególnych etapów montażu, w tym podstawowa obsługa techniczna sprzętu.	MF_3, MF_4, MF_5, MF_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MF_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją, prezentacją multimedialną i pokazem filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	MF_w_1
MF_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia poświęcone zostaną praktycznej prezentacji podstawowych technik montażu filmu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	30	MF_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

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

Kod modułu: W8-ZN-S2-MWF

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Muzyka w filmie fabularnym •Muzyka w grze wideo <p>Opis przedmiotu: Muzyka w filmie fabularnym</p> <p>Celem przedmiotu jest prezentacja podstawowych informacji z zakresu muzyki filmowej, rozwoju technologii wpływającej na kompozytorów oraz sylwetek twórców i ich dzieł muzycznych w korelacji z reżyserami i konkretnymi filmami. Główną osią kształcenia jest poznanie funkcji muzyki opartych na różnych teoriach muzyki filmowej, nabywanie umiejętności analizy muzyki filmowej pod kątem prezentowanych teorii. Celem jest także kształcenie umiejętności identyfikacji elementów ścieżki dźwiękowej, stylów muzycznych i technik kompozytorskich.</p> <p>Opis przedmiotu: Muzyka w grze wideo</p>

	Celem przedmiotu jest kształcenie kompetencji w dostrzeganiu roli muzyki w grze wideo, w szczególności kształcenie umiejętności rozpoznawania cech muzyki (wyróżnik czasu akcji, wyróżnik tematyczny). Głównymi tematami prezentowanymi podczas prowadzonego modułu będą: różnice pomiędzy technikami Layering i Splicing, ścieżki typu transition, problem lokacji a stylu, kształtowanie emocjonalności ze względu na prowadzoną narrację, logikę i mechanikę gry wideo, nielinearność rozgrywki i jej tło muzyczne, specyfika ścieżki dźwiękowej i jej epizodyczna nieewolucyjność.
Wymagania wstępne	Ogólna znajomość dzieł filmowych i gier wideo.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MWF_w_1	Sprawdzian	Student rozwiązuje test obejmujący zagadnienia omawiane na wykładach oraz wskazane zagadnienia do przygotowania jako praca własna.	MWF_1, MWF_2
MWF_w_2	Ocena ciągła	Student przygotowuje pracę semestralną na wskazany temat. Praca semestralna oceniana jest pod kątem merytorycznym, zawartej i zastosowanej w niej bibliografii (również cytowanych fragmentów tekstów źródłowych).	MWF_3, MWF_4, MWF_5, MWF_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
MFW_fs_2	ćwiczenia	Metoda ćwiczeniowa wsparta nagraniami audio oraz video.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	MWF_w_1
MWF_fs_1	wykład	Metoda wykładowa wsparta nagraniami audio oraz video.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	MWF_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Ochrona własności intelektualnej

Kod modułu: W8-ZN-S2-OWI

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
OWI_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej polegający na weryfikacji następujących kompetencji: rozpoznawanie niebezpieczeństw z zakresu ochrony własności intelektualnej oraz umiejętność rozwiązań w przypadku takich naruszeń.	OWI_1, OWI_2
OWI_w_2	Ocena ciągła	Praca ze studentami na w ramach prowadzonych ćwiczeń i ocena ich przygotowania do zajęć.	OWI_3, OWI_4, OWI_5,

			OWI_6
--	--	--	-------

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
OWI_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, prezentacja multimedialna, praca na konkretnych przykładach.	15	Praca własna studenta polegać będzie na wykorzystaniu zapisów prawnych w swoim dziele	15	OWI_w_1
OWI_fs_2	ćwiczenia	Omawianie poszczególnych rodzajów utworów multimedialnych i sposobów ochrony prawa ich własności.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów.	15	OWI_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Pitching (publiczna prezentacja projektu filmu)

Kod modułu: W8-ZN-S2-P

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
P_1	Student posiada wiedzę z zakresu kryteriów branżowych i sposobów publicznej prezentacji pomysłu filmowego lub innej formy audiowizualnej.	K_W09	5
P_2	Student zna zasady i metody prezentowania projektu dla publiczności.	K_W10	4
P_3	Student posiada umiejętność realizacji publicznej prezentacji pomysłu filmowego lub innej formy audiowizualnej.	K_U01	5
P_4	Student potrafi wykorzystywać podstawowe zasady wpływu społecznego dzięki zdobytym umiejętnościom prezentacji własnego doświadczenia zawodowego.	K_U12	4
P_5	Student wykazuje kompetencje społeczne związane z wystąpieniami publicznymi podczas sesji pitchingowej.	K_K05	4
P_6	Student posiada kompetencje w nawiązywaniu relacji handlowych z odbiorcami sesji pitchingowej.	K_K10	3

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest zapoznanie studentów z wiedzą o pitchingu oraz kształcenie umiejętności i kompetencji związanych z prezentacją pomysłu filmowego, telewizyjnego, animacji czy teleturnieju. Studenci poznają istotne kryteria związane z potencjałem komercyjnym, dystrybucyjnym, festiwalowym i edukacyjnym filmu. Moduł ten obejmuje naukę metod publicznego opisu: pomysłu filmowego, historii filmowej i charakterystyki postaci. Wśród ważnych elementów przekazywanej wiedzy i kształtowanych umiejętności są sposoby kreowania zwiastuna filmowego, tworzenie ripomatu i niezbędnej dokumentacji (m.in. one pager i mood board, logline i synopsis). Studenci zapoznają się podstawami researchu branżowego oraz dwoma głównymi formami pitchingu: standard pitching i elevator pitching. W szczególności studenci zdobędą umiejętności i kompetencje związane ze sposobami prezentacji pomysłu filmowego oraz sposobami prezentacji własnego doświadczenia zawodowego i odniesionymi sukcesami.
Wymagania wstępne	Student ma wiedzę o etapach produkcji filmowej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
P_w_1	Sprawdzian	Egzamin ustny w formie przeprowadzonej sesji pitchingowej projektu filmowego.	P_1, P_2, P_3
P_w_2	Ocena ciągła	Przygotowanie do zajęć, aktywność w dyskusji, wykazane umiejętności praktyczne przy sporządzaniu dokumentacji specjalistycznej. Praca praktyczna.	P_3, P_4, P_5, P_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
P_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	P_w_1
P_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego analizowania pętli rozgrywek, a przede wszystkim zrozumienia logiki i mechaniki gry wideo. Ćwiczenia aktywizujące. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	P_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Podstawy reżyserii

Kod modułu: W8-ZN-S2-PR

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

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

3. Opis modułu

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

Wymagania wstępne	Powinien posiadać umiejętności komunikacji, powinien w łatwy sposób potrafić przekazywać swoje pomysły.
--------------------------	---

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PR_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy, w formie pisemnej, poprzez propozycje zmian scenariuszowych, tak aby ostatecznie doprowadziły one do ostatecznego spójnego pomysłu na realizację Dzieła. Student ma za zadanie wykazać się wiedzą na temat kina europejskiego i przygotować się pod kątem tej wiedzy.	PR_1, PR_2
PR_w_2	Ocena ciągła	Oceniana będzie wrażliwość studenta, sposób komunikacji międzyludzkiej, wiedza ogólna studenta, umiejętność panowania nad daną sytuacją i koordynacja wszystkich twórczych elementów jako podstawa do powstania utworu audiowizualnego.	PR_3, PR_4, PR_5, PR_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PR_fs_1	wykład	Wykład informacyjny, poparty projekcjami kilku filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PR_w_1
PR_fs_2	ćwiczenia	Analiza filmowa na przykładzie twórczości wybranych polskich i światowych reżyserów. Sprawdzana będzie wiadomość studenta z zakresu sposobów realizacji utworów audiowizualnych do umieszczenia w sieci.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	PR_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Podstawy sztuki operatorskiej

Kod modułu: W8-ZN-S2-PSO

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PSO_w_1	Sprawdzian	Studenci realizują małe projekty realizacyjne, na podstawie których jest przeprowadzany egzamin ustny i pisemny.	PSO_1, PSO_2
PSO_w_2	Ocena ciągła	Ocenianie fragmentów przygotowywanego przez studenta materiału filmowego.	PSO_3, PSO_4, PSO_5, PSO_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PSO_fs_1	wykład	Wykład tematyczny, przykłady dobrego i złego wykorzystania światła w filmie, wykład dotyczący sposobu wykonywania zdjęć do dzieła, wpływ pracy operatora na jakość dzieła.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PSO_w_1
PSO_fs_2	ćwiczenia	Praca na sprzęcie i natychmiastowa analiza wykonanych zdjęć.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	PSO_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Post-produkcja

Kod modułu: W8-ZN-S2-PPA

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PPA_1	Student posiada wiedzę dotyczącą kreacji obrazu i dźwięku na etapie post-produkcji.	K_W02	5
PPA_2	Student ma wiedzę na temat terminologii związane z procesami post-produkcyjnymi.	K_W07	5
PPA_3	Student potrafi rozróżniać sprzęt i oprogramowanie służące edycji obrazu i dźwięku podczas post-produkcji formy audiowizualnej.	K_U06	4
PPA_4	Student potrafi komunikować się w języku angielskim stosując terminologię specjalistyczną związaną z post-produkcją.	K_U13	4
PPA_5	Student posiada kompetencje związane z rozumieniem konstrukcji kosztów związanych z postprodukcją filmu i serialu.	K_K09	4
PPA_6	Student rozumie czym jest współczesny workflow postprodukcji dla seriali i filmów fabularnych.	K_K03	5

3. Opis modułu	
Opis	W ramach przedmiotu studenci zdobędą podstawową wiedzę na temat współczesnej postprodukcji. Zajęcia będą podzielone na części, na który wprowadzane będą kolejne zagadnienia: taśma filmowa i jej procesy, współczesne kamery filmowe, obsługa planu zdjęciowego pod kątem danych - role DIT i DW, współczesne workflow postprodukcji dla seriali i filmów fabularnych, korekcja kolorów i obecne możliwości narzędzi w postprodukcji, efekty wizualne, mastering, dystrybucja i archiwizacja a także konstrukcja kosztów związanych z postprodukcją filmu/serialu. W ramach zajęć poruszane będą zagadnienia techniczne, organizacyjne oraz finansowe, które pozwolą studentom sprawnie poruszać się po meandrach postprodukcji. Wiedza zdobyta podczas zajęć przygotowuje do pracy w studiach postprodukcyjnych w charakterze post supervisor'a czy kierownika postprodukcji z ramienia produkcji filmu.
Wymagania wstępne	Student posiada wiedzę z zakresu toku produkcji filmowej oraz umiejętności komunikacji.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PPA_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowana przez napisanie egzaminu pisemnego w formie testu wyboru lub egzamin ustny.	PPA_1, PPA_2

PPA_w_2	Ocena ciągła	Ocena prac cząstkowych mających na celu nabycie przez studenta umiejętności i kompetencji związanych z Post-produkcją.	PPA_3, PPA_4, PPA_5, PPA_6
---------	--------------	--	----------------------------

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PPA_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją, prezentacją multimedialną i pokazem filmów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	PPA_w_1
PPA_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia poświęcone zostaną praktycznej prezentacji podstawowych zagadnień związanych z post-produkcją filmową, telewizyjną i nowych mediów.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	30	PPA_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Pozyskiwanie środków finansowych i sponsoring

Kod modułu: W8-ZN-S2-PSFIS

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PSFIS_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny w zakresie przedstawienia konkretnych przykładów źródeł finansowania produkcji multimedialnych.	PSFIS_1, PSFIS_2
PSFIS_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, będąca średnią ocen z zadań realizowanych w	

		trakcie ćwiczeń zgodny z opisem sposobu weryfikacji zawartej w sylabusie. Student będzie poddany testowi na konkretnym przykładzie. Student dobierze dowolną osobę z grupy i w formie ustnej zaprezentuje swoją wiedzę na temat negocjacji pozyskania danego źródła finansowego. Student przedstawi w formie prezentacji multimedialnej swoją ofertę sponsoringu.	PSFIS_3, PSFIS_4, PSFIS_5, PSFIS_6
--	--	---	------------------------------------

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PSFIS_fs_1	wykład	Wykład, prezentacja multimedialna, dyskusja, praca na przykładach.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	PSFIS_w_1
PSFIS_fs_2	ćwiczenia	Praca w grupach w zakresie prowadzenia negocjacji i na przykładach pakietów sponsoringowych.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	PSFIS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Prawo autorskie

Kod modułu: W8-ZN-S2-PA

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	Na zajęciach studenci poznają tajniki i podstawy zagadnień dotyczących prawa autorskiego w zakresie: autorskiego prawa majątkowego, autorskiego prawa osobistego, praw zależnych, praw pokrewnych. Student uczy się wybranych zagadnień z podstaw autorskich praw osobistych i majątkowych, dowiaduje się, jak zadbać o swoje prawa i jak korzystać z praw innych. Aby móc pełnoprawnie skorzystać z wybranego przez studenta utworu/obrazu, nazwiska itp., dany student musi posiadać bazową wiedzę na temat, jakie prawa są ile ważne, jak wygląda sprawa ze spadkobiercami, czy warto korzystać z istniejących materiałów itp. Wiedza, którą student nabędzie pozwala na umiejętne poruszanie się w sferze nowych mediów oraz pozwala uchronić się przed wykorzystaniem przez inne osoby autorskiego dzieła.
Wymagania wstępne	Podstawy z zakresu prawa, umiejętność wykorzystania gotowego dzieła w swojej pracy. Student powinien wykazać się chęcią zdobywania informacji na temat źródła pochodzenia danego utworu, potencjalnego do wykorzystania w swoim dziele. Absolutna prawość wszystkich swoich działań, zgoda na legalność pozyskiwanych materiałów.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PA_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej w następującym zakresie: wiedza w zakresie prawa autorskiego, znajomość rodzajów autorskich praw, w tym praw pokrewnych. Student zapoznaje się na z wymaganymi pozycjami książkowymi, w tym temacie, jako uzupełnienie do wiedzy z wykładów.	PA_1, PA_2
PA_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta. Student przygotowuje analizę chronionych prawem dzieł, które planuje wykorzystać w swoim projekcie.	PA_3, PA_4, PA_5, PA_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PA_fs_1	wykład	Metoda podająca (wykład informacyjny) i metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny).	15	Praca własna studenta polegać będzie na wykorzystaniu zapisów prawnych w produkcji swojego dzieła multimedialnego.	15	PA_w_1
PA_fs_2	ćwiczenia	Objaśnienia i wyjaśnienia, w tym praca studenta zadającego pytania na konkretnych przykładach zagadnień prawnych. Dyskusja, pytania i odpowiedzi na konkretnych przykładach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów.	15	PA_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Problemy sztuki współczesnej

Kod modułu: W8-ZN-S2-PSW

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PSW_1	Student rozróżnia kierunki sztuki drugiej połowy XX wieku i początku XXI wieku.	K_W05	5
PSW_2	Student wskazuje i tłumaczy różnorodność zjawisk w sztuce współczesnej takie, jak event, videoart, sztuka nowych mediów, happening, performance i inne.	K_W01	4
PSW_3	Student rozpoznaje dzieła najważniejszych reprezentantów sztuki współczesnej w Polsce i na świecie.	K_U05	5
PSW_4	Student potrafi zinterpretować i ocenić dzieła sztuki współczesnej w kontekście historii sztuki i kultury współczesnej.	K_U03	3
PSW_5	Student prezentuje postawę aktywnego uczestnictwa we współczesnej kulturze wizualnej.	K_K06	4
PSW_6	Student posiada zdolność do krytycznego myślenia i wskazania relacji pomiędzy formami wypowiedzi artystycznej, kontekstem historycznym i współczesną kulturą.	K_K01	4

3. Opis modułu

Opis	Celem modułu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami obecnymi w sztuce współczesnej, które osadzają się nie tylko na problemie intermedialności, ale przede wszystkim dialogu z zastygną tradycją wizualną. Studenci zdobędą wiedzę na temat kategorii i pojęć właściwych dla filozofii kultury i sztuki, które uległy redefinicji lub rozszerzeniu takich jak: dzieło sztuki (przedmiot artystyczny, przedmiot estetyczny) – antysztuka; stosunek sztuki do rzeczywistości; przeżycie estetyczne; wartość artystyczna – wartość estetyczna (piękno i inne wartości estetyczne); koncepcje twórczości; definiowanie roli artysty; kulturowe uwarunkowania sztuki i doświadczenia estetycznego. Ponadto studenci zapoznają się z wiodącymi kierunkami w zakresie sztuk wizualnych na przestrzeni XX i XXI wieku, z dziełami i twórczością najbardziej reprezentatywnych artystów oraz poznają opiniotwórcze ośrodki, galerie oraz muzea.
Wymagania wstępne	Student ma wiedzę o gatunkach, formach i stylach filmowych, fotograficznych oraz nowych mediów.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PSW_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie ustnej lub pisemnej, zgodny z opisem sposobu weryfikacji zawartej w sylabusie weryfikujący kompetencje wiedzę studenta.	PSW_1, PSW_2
PSW_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualna pracy studenta. Student przygotowuje analizę współczesnego dzieła sztuki oraz wykonuje własny cykl fotograficzny inspirowany problemem estetycznym lub określoną teorią twórczą.	PSW_3, PSW_4, PSW_5, PSW_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PSW_fs_1	wykład	Wykład oraz analiza stylów, gatunków i form współczesnej sztuki.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	PSW_w_1
PSW_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia konwersatoryjne w oparciu o analizę stylów, gatunków i form współczesnej sztuki. Dyskusja.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiały przedstawionego na zajęciach. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	PSW_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Produkcja gier video

Kod modułu: W8-ZN-S2-PGV

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PGV_1	Student ma wiedzę z zakresu planowania i realizacji produkcji gry wideo.	K_W11	5
PGV_2	Student ma wiedzę z zakresu stosowanych metod i technik zarządzania projektem gry wideo.	K_W09	4
PGV_3	Student potrafi zaplanować proces produkcji gry wideo, określić warunki jego zakończenia, zdefiniować strukturę organizacyjną, stworzyć plan wykorzystania zasobów, harmonogram produkcji, zidentyfikować ryzyko realizacji produkcji, zaplanować budżet gry wideo oraz ocenić całość procesu produkcji gry wideo.	K_U09 K_U13	5 4
PGV_4	Student identyfikuje procesy związane z produkcją gier wideo, dzięki którym można tworzyć funkcjonalności i zawartość gier wideo.	K_U01	4
PGV_5	Student jest zdolny krytycznie oceniać przedstawiany przedmiot pracy podczas produkcji gry wideo, dzięki znajomości ról pracowników studia tworzącego grę wideo posiada kompetencje związane z kreatywną pracą zespołu.	K_K03	4
PGV_6	Student posiada kompetencje w obszarze zarządzania zespołem produkcji gier wideo.	K_K09	3

3. Opis modułu	
Opis	W ramach przedmiotu studenci poznają proces tworzenia gier video od konceptu, przez produkcję i publikację, aż do wsparcia i premiery. Zapoznają się z poszczególnymi etapami pre-produkcji, produkcji i publikacji gier, takimi, jak Vertical Slice, Alpha czy Beta. Otrzymają wiedzę o tym, co jest istotne w danych etapach i jakie są kluczowe zadania w poszczególnych etapach. Poznają typowe role pracowników studia tworzącego gry wideo. Studenci zaznajomią się z przykładowymi procesami, które pozwalają skutecznie tworzyć funkcjonalności (features) i zawartość (content) gier wideo. Poznają metody pomagające szacować czas pracy wymagany do stworzenia gry i tworzyć wysoko- i niskopoziomowe plany produkcyjne. Nauczą się w podstawowym zakresie obsługiwać popularne w gamedevie oprogramowanie Jira i Confluence oraz poznają podstawy systemów kontroli wersji. Studenci poznają elementy standardowej współpracy między twórcą gry, a wydawnictwem, oraz dowiedzą się jakie role pełnią producent w studiu developerskim i producent wydawniczy. Poznają jak przebiega proces wydawania gry na PC i konsolach.
Wymagania wstępne	Student powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu procesów i etapów tworzenia gry wideo. Podstawowa znajomość metodyk zwinnych (Agile). Podstawowa znajomość gier video.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PGV_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów uczenia będzie realizowanego przy zastosowaniu testu z zagadnień omawianych na zajęciach.	PGV_1, PGV_2
PGV_w_2	Ocena ciągła	Aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), studium przypadku, praca projektowa.	PGV_3, PGV_4, PGV_5, PGV_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PGV_fs_1	wykład	Wykład połączony z dyskusją i prezentacją konkretnego studium przypadku.	15	Analiza literatury przedmiotu i studiów przypadku, analiza treści wykładów, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	PGV_w_1
PGV_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone metodą aktywizującą - praca w małych grupach.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	PGV_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Projektowanie gier wideo - logika i mechanika gier

Kod modułu: W8-ZN-S2-PGW

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PGW_1	Student ma wiedzę z zakresu projektowania gier wideo zwłaszcza ich logikę i mechanikę.	K_W02	5
PGW_2	Student posiada wiedzę na temat sposobów określania fundamentalnych założeń gry oraz projektowania pętli rozgrywki.	K_W01	4
PGW_3	Student potrafi tworzyć kluczowe dokumenty związane z projektowaniem gier wideo (Game Design Document i Pitch Deck).	K_U03	4
		K_U06	5
PGW_4	Student ma umiejętność analizy pętli rozgrywki w różnych perspektywach czasowych.	K_U01	4
PGW_5	Student posiada kompetencje w obszarach gameplay design, game systems design, AI, level design i UI.	K_K02	3
PGW_6	Student posiada kompetencje w obszarze podstaw prototypowania gier wykorzystując wizualne języki programowania.	K_K03	4

3. Opis modułu	
Opis	W ramach zajęć studenci zapoznają się z pojęciami związanymi z projektowaniem gier wideo, jak również podstawowymi zasadami projektowania gier w obszarach takich, jak gameplay design, game systems design, AI, level design, czy UI. Poznają główne założenia popularnych gatunków gier. Nauczą się zauważać, analizować i projektować pętle rozgrywki (Game Loops) w różnych perspektywach czasowych. Studenci nauczą się określać fundamentalne założenia gry (Game Pillars) oraz tworzyć kluczowe dokumenty takie, jak Game Design Document. Dowiedzą się jak stworzyć Pitch Deck - prezentację opisującą podstawowe założenia gry. Studenci poznają podstawy prototypowania gier wykorzystując wizualne języki programowania.
Wymagania wstępne	Znajomość gier wideo i popularnych gatunków gier wideo.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PGW_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny z zagadnień teoretycznych.	PGW_1, PGW_2
PGW_w_2	Ocena ciągła	Przygotowanie do zajęć, aktywność w dyskusji, wykazane umiejętności praktyczne przy	

		sporządzaniu dokumentacji specjalistycznej.	PGW_3, PGW_4, PGW_5, PGW_6
--	--	---	-------------------------------

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PGW_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	PGW_w_1
PGW_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego analizowania pętli rozgrywek, a przede wszystkim zrozumienia logiki i mechaniki gry wideo. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	PGW_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

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

Kod modułu: W8-ZN-S2-PN

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Prowadzenie negocjacji biznesowych •Prowadzenie negocjacji pracowniczych <p>Opis przedmiotu: Prowadzenie negocjacji biznesowych</p> <p>Celem przedmiotu jest prezentacja wiedzy z zakresu prowadzenia negocjacji biznesowych, kształcenie umiejętności opracowywania i prowadzenia negocjacji biznesowych, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na właściwą interpretację komunikacji ofert oraz kształtowania zachowań i oczekiwań stron. Celem jest również nabycie przez studentów umiejętności i kompetencji negocjatora na styku artysty z rynkiem mediów, odbiorców komercyjnych, non-profit czy instytucji publicznych. W ramach zajęć opracowywane będą teksty w celach pozyskiwania ofert i partnerów</p>

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PN_w_1	Sprawdzian	Zaliczanie poprzez zaliczenie testu z sytuacjami problemowymi oraz przygotowanie udział w pracach i prezentacjach rozwiązujących konkretne problemy negocjacyjne.	PN_1, PN_2
PN_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa stanowi średnią ważoną z poszczególnych prac cząstkowych studentów.	PN_3, PN_4, PN_5, PN_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PN_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną i symulacją.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	PN_w_1
PN_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach, odgrywanie ról, rozwiązywanie studiów przypadku. Zajęcia odbywają się w grupach projektowych, gdzie osoby wspólnie będą rozwiązywać postawione problemy.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	PN_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Psychologia społeczna i kognitywna

Kod modułu: W8-ZN-S2-PP

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć w ramach modułu Psychologia społeczna i kognitywna jest przekazanie studentom podstawowej wiedzy z tych obszarów psychologii w zakresie umożliwiającym zrozumienie procesów zarządzania współczesnymi organizacjami oraz problematyką poznawania przez człowieka otoczenia i wyjaśniania ludzkich zachowań. Wiodącymi zagadnieniami omawianymi na zajęciach będą podstawowe mechanizmy zachowań ludzi w zbiorowościach społecznych takich, jak zespoły, organizacje czy społeczeństwo. Tematami kolejnych zajęć będą: wyjaśnienie istoty nauki, jaką jest psychologia społeczna oraz psychologia kognitywna, zachowania ludzi w wymiarze indywidualnymi i grupowym oraz ich determinanty, poznania społecznego, zjawisko konformizmu, efekt próżniactwa społecznego i inne negatywne efekty pracy grupowej, stereotypy i uprzedzenia, wpływ społeczny (w tym manipulacja, władza i przywództwo), inteligencja społeczna i inne kompetencje społeczne. Uczestnictwo w zajęciach umożliwi trening podstawowych umiejętności z obszaru komunikacji interpersonalnej oraz rozwiązywania problemów związanych z funkcjonowaniem ludzi w otoczeniu społecznym. Istotnym obszarem prowadzonych zajęć będzie nawiązanie do kontekstu organizacji oraz zarządzania nimi.

Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu nauk społecznych.
--------------------------	---

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PP_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja znajomości podstawowych pojęć oraz sposobów rozwiązywania konkretnych problemów, umiejętności pracy w grupie, znajomości technik twórczego myślenia oraz umiejętności prezentowania wypracowanych rozwiązań.	PP_1, PP_2
PP_w_2	Ocena ciągła	Weryfikacja umiejętności pracy w grupie nad wybranym problemem oraz prezentacji jego rozwiązania.	PP_3, PP_4, PP_5, PP_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PP_fs_1	wykład	Zajęcia będą prowadzone w formie interaktywnego wykładu, w ramach którego wprowadzone zostaną elementy dyskusji, studium przypadku, gry oraz techniki twórczego myślenia.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	PP_w_1
PP_fs_2	ćwiczenia	Metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne) i metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna) lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	PP_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Seminarium magisterskie 1

Kod modułu: W8-ZN-S2-SM1

1. Liczba punktów ECTS: 5

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

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest zaprezentowanie studentom zasad opracowania, budowy i pisania pracy naukowej, mających prowadzić do przygotowania i napisania przez każdego uczestnika seminarium pracy dyplomowej. Seminarium ma na celu w początkowej fazie (1. semestr) zapoznać studenta z podstawami komunikacji w Web 2.0, przygotować do pisania prac naukowych oraz realizacji projektów zaliczeniowych. Pomóc w sformułowaniu tematu pracy i w wyborze odpowiedniej dla niego bibliografii. W tym czasie studenci zapoznają się z podstawową literaturą dotyczącą komunikacji w Internecie i funkcjonowaniem mediów społecznościowych. Seminarium dyplomowe ma charakter zajęć konsultacyjnych polegający głównie na doradzeniu oraz krytyce sposobu prowadzenia przez studentów prac naukowych. Ponadto celem zajęć seminaryjnych będzie przygotowanie przez studenta raportu z badań oraz projektu, prezentacji zagadnień będących przedmiotem pracy.

Wymagania wstępne	Pozytywny wynik wstępnej rozmowy kwalifikacyjnej na seminarium z potencjalnym promotorem pracy. Przedstawienie wstępnego konspektu i tematu pracy.
--------------------------	--

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
SM1_w_1	Sprawdzian	Przygotowanie oraz wygłaszanie referatów z postępów pisania pracy. Terminowe przedstawianie koncepcji pracy i jej rozdziałów.	SM1_1, SM1_2
SM1_w_2	Ocena ciągła	Zaliczenie przedmiotu na podstawie prezentacji przygotowywanych przez studentów na temat kolejnych części pracy dyplomowej. Dodatkowo już po pierwszym semestrze trwania seminarium student przedstawia prowadzącemu wstępną wersję pracy oraz projekt związany z pracą. Jest to konieczne do zaliczenia pierwszego semestru trwania seminarium.	SM1_3, SM1_4, SM1_5, SM1_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
SM1_fs_1	seminarium	Prezentacje prowadzącego, dyskusje prowadzącego ze studentami, prezentacje studentów, konsultacje prac wykonywanych przez studentów.	30	Przygotowanie koncepcji pracy magisterskiej, powiązanej z przygotowywanym projektem multimedialnym, planu pracy, spisu treści, pierwszych rozdziałów teoretycznych pracy.	180	SM1_w_1, SM1_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Seminarium magisterskie 2

Kod modułu: W8-ZN-S2-SM2

1. Liczba punktów ECTS: 6

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
SM2_w_1	Sprawdzian	Terminowe przedstawienie gotowej pracy dyplomowej. Warunkiem koniecznym zaliczenia	SM2_1, SM2_2

		końcowego jest przyjęcie pracy przez promotora (do recenzji). Promotor przyjmuje pracę, gdy uzna, że w wyniku napisania pracy i wykonania projektu związanego z pracą, student w wystarczającym stopniu osiągnął zamierzone efekty (ocena binarna na podstawie obserwacji aktywności studenta i efektywności jego pracy).	
SM2_w_2	Ocena ciągła	Zaliczenie przedmiotu po przedłożeniu przez studenta i zaakceptowanej przez prowadzącego seminarium pracy dyplomowej.	SM2_3, SM2_4, SM2_5, SM2_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
SM2_fs_1	seminarium	Zajęcia przygotowują do techniki i redakcji pisania pracy magisterskiej, jej ustrukturyzowania, poprawności językowej, wykładu własnej koncepcji itp. W trakcie seminarium prowadzone są dyskusje studentów i prowadzącego na tematy dotyczące tematyki seminaryjnej, omówienia niektórych prac z tego zakresu, polemik. Na seminarium każdy student zobowiązany jest do zreferowania jednego tematu niezbędnego, do poprawnej realizacji celu seminarium magisterskiego, w nawiązaniu do swojej pracy magisterskiej. Studenci referują kolejne etapy przygotowywania pracy magisterskiej. Jeśli student wywiąże się z wyżej wymienionych zadań, ukończy on seminarium z zaliczeniem.	30	Przygotowanie końcowych rozdziałów pracy magisterskiej, redakcja tekstu, sporządzenie spisu bibliografii, spisu tabel i rysunków.	180	SM2_w_1, SM2_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Techniki autopromocji w mediach społecznościowych

Kod modułu: W8-ZN-S2-TAWMS

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest prezentacja możliwości kreowania własnego wizerunku w mediach społecznościowych i wskazanie różnych aspektów funkcjonowania w Internecie. W trakcie zajęć student przechodzi przez kolejne etapy stawiania fundamentów tożsamości, gromadzenia materiałów cyfrowych, promocji, optymalizacji profilu, przyciągania odbiorców oraz efektywnej integracji mediów społecznościowych. Zdobywa wiedzę, jak kształtować te umiejętności. Celem przedmiotu jest nauczanie studentów tworzenia profesjonalnych tekstów oraz opracowanie własnej strategii przekazywania treści w Internecie. Przy określaniu potrzeb informacyjnych i tworzeniu prototypów swoich profili. Studenci korzystają będą z metody Design Thinking.
Wymagania wstępne	Umiejętności komunikacyjne, budowanie relacji z dziennikarzami oraz obsługa kont w mediach społecznościowych.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TAWMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin końcowy, dodatkowo aktywność na zajęciach, udział w dodatkowych zadaniach aktywizujących wyznaczonych przez prowadzącego.	TAWMS_1, TAWMS_2
TAWMS_w_2	Ocena ciągła	Sposób weryfikacji pracy własnej studentów: aktywność na zajęciach, prace kontrolne (np. przygotowanie strategii autopromocji).	TAWMS_3, TAWMS_4, TAWMS_5, TAWMS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TAWMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Metody podające: prezentacja multimedialna, objaśnianie, metody problemowe, wykład konwersatoryjny, metody aktywizujące, metoda przypadków, dyskusja dydaktyczna, metody praktyczne, metoda projektów.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	TAWMS_w_1
TAWMS_fs_2	ćwiczenia	Aktywność w grupach, współpraca, Design Thinking, projekty grupowe, gry dydaktyczne.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	TAWMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Techniki pisania scenariusza

Kod modułu: W8-ZN-S2-TPS

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

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

3. Opis modułu

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

Umiejętność łatwego opowiedzenia danej historii, umiejętność przełożenia na papier swojego pomysłu, swojej idei. Student powinien potrafić potencjalnie modyfikować te pomysły pod kątem atrakcyjności materiału, jak i techniki opisanie danej historii. Powinien w łatwy i dostępny sposób dotrzeć swoją opowieścią do drugiego człowieka, powinien zainteresować swoich potencjalnych odbiorców.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TPS_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiadomości w formie pisemnej lub ustnej, polegający na weryfikacji następujących kompetencji: zasady pisania scenariusza, w tym formatowanie oraz zasady kompozycji historii, z zastosowaniem wiedzy na ten temat. Znajomość przekazu informacji za pomocą obrazów i przy użyciu jak najmniejszej liczby słów.	TPS_1, TPS_2
TPS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa stanowi średnią z poszczególnych prac, w tym krótki opis swojego pomysłu, recenzja oraz sam scenariusz.	TPS_3, TPS_4, TPS_5, TPS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TPS_fs_1	wykład	Wykład tematyczny, z elementami porównawczymi, wspólna dyskusja i praca wszystkich uczestników nad danym jednym scenariuszem.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	TPS_w_1
TPS_fs_2	ćwiczenia	Pitching/prezentacja swojego pomysłu przed grupą uczestników.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	TPS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Techniki sprzedaży dzieła multimedialnego

Kod modułu: W8-ZN-S2-TSDM

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TSDM_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej lub ustnej, weryfikujący kompetencje studenta w	TSDM_1, TSDM_2

		następującym zakresie: wiedza ogólna dotycząca sprzedaży dzieła w sieci, umiejętności prowadzenia biznesu, znajomość podstaw sprzedaży dzieła na przykładzie własnego biznesu. Student powinien być po analizie sprzedażowej swojego dzieła.	
TSDM_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta z zakresu jego własnych działań dążących do sprzedaży dzieła w sieci. Obserwacja studenta pod względem znajomości wartości swojego dzieła. Student przygotowuje się na egzamin z wiedzy teoretycznej oraz przygotowuje w sposób graficzny plan sprzedaży swojego dzieła.	TSDM_3, TSDM_4, TSDM_5, TSDM_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TSDM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, dyskusja na temat odpowiednich form sprzedaży dzieła. Student pozna etapy sprzedaży dzieła, jego korzyści i niebezpieczeństwa jak i konsekwencje złej sprzedaży dzieła.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	TSDM_w_1
TSDM_fs_2	ćwiczenia	Metoda aktywizująca, praca w grupach i analiza z zakresu sprzedaży między swoich dzieł pomiędzy sobą, każdy będzie mógł zadawać pytania innym, jak i będzie podlegał ich ocenie.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	TSDM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

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

Kod modułu: W8-ZN-S2-TTM

1. Liczba punktów ECTS: 3

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Techniki twórczego myślenia – indywidualne •Techniki twórczego myślenia – grupowe <p>Opis przedmiotu: Techniki twórczego myślenia – indywidualne</p> <p>Celem przedmiotu jest rozwój indywidualnej kreatywności i myślenia lateralnego studenta. Zagadnienia przedstawione w ramach zajęć to: różnice pomiędzy myśleniem lateralnym a linearnym, analiza własnego potencjału twórczego, intuicja jako źródło rozwiązań problemów i pomysłów artystycznych, praca mózgu i dostosowanie faz pracy twórczej do faz rytmu dnia. Student w czasie zajęć rozwinie umiejętność myślenia dywergencyjnego, abstrahowania, posługiwania się twórczą metaforą i analogiami, będzie ćwiczył stosowanie map myśli i metody odległych skojarzeń.</p>

	<p>Opis przedmiotu: Techniki twórczego myślenia – grupowe</p> <p>Celem przedmiotu jest rozwój kompetencji korzystania z twórczego potencjału zespołu produkcyjnego, w tym grupowego rozwiązywania problemów w pracy nad dziełem multimedialnym. Zagadnienia: klasyfikacja grupowych technik twórczego myślenia, techniki oparte na skojarzeniach swobodnych, takie jak burza mózgów, technika 635, Philips 66, technika delficka, synektyka, algorytm poszukiwania wynalazków. Student poznaje zasady stosowania technik twórczego myślenia w zespole produkcyjnym, uwarunkowania grupowych technik rozwiązywania problemów, a także techniki diagnozowania kreatywności członków zespołu produkcyjnego.</p>
Wymagania wstępne	Student powinien mieć podstawową wiedzę z zakresy zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TTM_w_1	Sprawdzian	Egzamin w formie pisemnej – test wiedzy na temat technik twórczego myślenia i funkcjonowania umysłu.	TTM_1, TTM_2
TTM_w_2	Ocena ciągła	Obserwacja studenta podczas zajęć, ocena prac cząstkowych wymagających wykorzystania technik twórczego myślenia, aktywność na zajęciach.	TTM_3, TTM_4, TTM_5, TTM_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TTM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	TTM_w_1
TTM_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego rozwiązywania postawionych problemów. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja biznesowa. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	45	TTM_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Technologia mediów społecznościowych

Kod modułu: W8-ZN-S2-TMS

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

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

3. Opis modułu

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

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TMS_w_1	Sprawdzian	Egzamin pisemny w formie testu z pytaniami zamkniętymi.	TMS_1, TMS_2
TMS_w_2	Ocena ciągła	Ocena końcowa modułu stanowi średnią ważoną z poszczególnych sposobów weryfikacji efektów kształcenia.	TMS_3, TMS_4, TMS_5, TMS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	TMS_w_1
TMS_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	TMS_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Technologie rozszerzonej rzeczywistości

Kod modułu: W8-ZN-S2-TRR

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
TRR_1	Student posiada wiedzę na temat technologii rozszerzonej rzeczywistości.	K_W01	5
TRR_2	Student posiada wiedzę dotyczącą sposobów zapisu obrazu AR, VR i MR.	K_W02	4
TRR_3	Student potrafi rozpoznać formy audiowizualne wytworzone dzięki nowoczesnej technologii rozszerzonej rzeczywistości (AR), wirtualnej rzeczywistości (VR) i mieszanej rzeczywistości (MR).	K_U05	5
TRR_4	Student posiada umiejętność kreowania wypowiedzi artystycznej z użyciem narzędzi tożsamyh z rozszerzoną rzeczywistością.	K_U03	3
TRR_5	Student posiada kompetencje w zakresie rozumienia audiowizualnego dzieła sztuki stworzonego przy udziale technologii rozszerzonej rzeczywistości i rozumie potrzebę ustawicznego kształcenia się ze względu na dynamiczne procesy wpływające na zmiany w technologii rejestracji obrazu i dźwięku.	K_K02	4
TRR_6	Student rozumie mechanizmy procesu twórczego w trakcie produkcji form audiowizualnych z wykorzystaniem rozszerzonej rzeczywistości.	K_K03	5

3. Opis modułu	
Opis	W ramach przedmiotu studenci poznają zastosowanie technologii rozszerzonej rzeczywistości oraz proces powstawania materiału audiowizualnego poczynając od konceptu, przez produkcję, a skończywszy na post-produkcji. Zapoznają się z poszczególnymi etapami pre-produkcji, produkcji i sposobami emisji obrazu. Studenci otrzymają wiedzę o tym, co jest istotne w danych etapach produkcyjnych, występujących problemach związanych z realizacją okresu zdjęciowego i kluczowych zadaniach w związku z produkcją obrazu z rozszerzoną rzeczywistością. Studenci poznają elementy definiujące rozszerzoną rzeczywistość (AR), wirtualną rzeczywistość (VR) i mieszaną rzeczywistość (MR). Zapoznają się ze sprzętem i oprogramowaniem służącym do produkcji tego typu obrazu. Poznają typowe role pracowników tworzącego kontent VR, AR i MR. Studenci zaznajomią się z przykładowymi procesami, które pozwalają skutecznie analizować różnice pomiędzy rozszerzoną rzeczywistością, wirtualną rzeczywistością i mieszaną rzeczywistością. Poznają jak przebiega proces łączenia różnych modeli narracji obrazu, krzyżowania się tych technik w ramach nowych mediów oraz zacierania się granic pomiędzy narracją w grze wideo i filmie.
Wymagania wstępne	Student powinien posiadać wiedzę z zakresu kinematografii i audiowizualnych form nowych mediów wykorzystujących nowoczesne technologie.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
TRR_w_1	Sprawdzian	Weryfikacja stopnia osiągania przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu egzaminu pisemnego.	TRR_1, TRR_2
TRR_w_2	Ocena ciągła	Ocena prac cząstkowych mających na celu nabycie przez studenta umiejętności i kompetencji związanych z technologiami rozszerzonej rzeczywistości.	TRR_3, TRR_4, TRR_5, TRR_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
TRR_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	30	TRR_w_1
TRR_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które ukierunkowane są na poznanie technologii rozszerzonej rzeczywistości i zasad jej zastosowania. Ćwiczenia aktywizujące. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	30	TRR_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Warsztat 1 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat pitchingu 1 lub Warsztat producencki 1)

Kod modułu: W8-ZN-S2-W1

1. Liczba punktów ECTS: 5

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Warsztat pitchingu 1 •Warsztat producencki 1 <p>Opis przedmiotu: Warsztat pitchingu 1</p> <p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej i połączenie ją ze zdobytą wiedzą praktyczną z zakresu pitchingu. Podsumowanie zajęć semestralnych będzie dotyczyć tworzenia materiałów do publicznej prezentacji projektu filmowego stworzonych na podstawie przeanalizowanego i skonsultowanego z wykładowcami pomysłu własnego studenta. Warsztat ten nauczy studenta swobodnego poruszania się w</p>

	<p>sytuacjach sesji pitchingowej, wskaże nowe sposoby prezentacji projektu. W ramach zajęć analizie podlegać będzie głównie pomysł studenta na projekt w zakresie pitchingu, jak i tworzenie dokumentacji takiej, jak one pager, mood board, logline i synopsis. Zajęcia te pozwolą dokonać ostatecznego wyboru studentowi, jakiemu gatunkowi i rodzajowi dzieła chce on się poświęcić tak, aby w kolejnym semestrze mógł kontynuować swoje prace w tym zakresie.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 1</p> <p>Celem zajęć jest połączenie wiedzy teoretycznej i praktycznej w zakresie produkcji dzieła multimedialnego. Zajęcia będą odbywały się w grupach, gdzie każdemu studentowi przypadnie inny zakres pracy w projekcie multimedialnym, tak aby ostatecznie student mógł skonfrontować swoją wiedzę i umiejętności.</p> <p>Student doświadczy różnych sytuacji związanych z produkcją filmowo-telewizyjną i będzie mógł ocenić swoje predyspozycje do pełnienia poszczególnych ról w zespole produkcyjnym. Zajęcia pozwolą studentowi rozwój swoich kompetencji i zaplanować pracę nad projektem multimedialnym kontynuowanym w następnym semestrze.</p>
Wymagania wstępne	Wymagana jest ogólna wiedza o funkcjonowaniu nowych mediów, umiejętność wyboru pomysłu na biznes i jego analiza, z także wysokie zdolności komunikacyjne.

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

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

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Warsztat 2 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat pitchingu 2 lub Warsztat producencki 2)

Kod modułu: W8-ZN-S2-W2

1. Liczba punktów ECTS: 5

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Warsztat pitchingu 2 •Warsztat producencki 2 <p>Opis przedmiotu: pitchingu 2</p> <p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej w ramach dotychczasowego przebiegu studiów. W trakcie warsztatów student nauczy się sposobów konstruowania przekazu audiowizualnego, rozpoznawania głównych technik narracji filmowej, co pozwala na bardziej świadomy kontakt z publicznością podczas sesji pitchingowej. Umiejętność wskazania podstawowych środków stylistyki filmowej pozwala na precyzyjne przygotowanie się</p>

	<p>do tej sesji. Przedmiotem zajęć są podstawowe zagadnienia związane z realizacją obrazu filmowego, reżyserii, montażu i scenopisarstwa ukierunkowane na stworzenie materiałów do publicznej prezentacji projektu filmowego.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat producencki 2</p> <p>Celem zajęć jest praktyczne wdrożenie w praktykę tworzenia dzieł multimedialnych wiedzy i umiejętności z pozostałych przedmiotów semestru 2. Student zapozna się z uwarunkowaniami dotyczącymi kształtowania relacji z innymi osobami z zespołu produkcyjnego, prowadzenia negocjacji biznesowych ze sponsorami, sporządzania planu działania w zakresie produkcji i promocji dzieła multimedialnego w nowych mediach.</p>
Wymagania wstępne	Wymagana jest ogólna wiedza o kinematografii, umiejętność połączenia wiedzy z zakresu reżyserii, obrazu filmowego i budżetowania projektu.

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

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

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Warsztat 3 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat operatorski 1 lub Warsztat reżyserski 1)

Kod modułu: W8-ZN-S2-W3

1. Liczba punktów ECTS: 5

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Warsztat operatorski 1 •Warsztat reżyserski 1 <p>Opis przedmiotu: Warsztat operatorski 1</p>

	<p>Celem zajęć jest podsumowanie wiedzy teoretycznej i połączenie ją ze zdobytymi umiejętnościami z zakresu sztuki operatorskiej. Podsumowanie zajęć semestralnych będzie dotyczyć posługiwania się kamerą filmową zgodnie ze zasadami sztuki operatorskiej. Warsztat ten nauczy studenta aranżacji oświetlenia planu filmowego oraz budowania narracji filmowej dzięki światłu naturalnemu, zastanemu. Podczas warsztatu prezentowane będą i ćwiczone rodzaje planów i perspektyw.</p> <p>Opis przedmiotu: Warsztat reżyserski 1</p> <p>Celem zajęć jest połączenie wiedzy teoretycznej i praktycznej w zakresie reżyserii filmowej i telewizyjnej. Podczas warsztatu student będzie konfrontował stworzony scenariusz z możliwościami jego reżyserskiej realizacji. Zajęcia będą odbywały się w grupach, gdzie każdemu studentowi przypadnie inny zakres pracy w projekcie audiowizualnym, tak aby ostatecznie student mógł skonfrontować swoją wiedzę i umiejętności. Student doświadczy różnych sytuacji związanych z pracą reżyserską i będzie mógł ocenić swoje predyspozycje do pełnienia poszczególnych ról w zespole produkcyjnym. Zajęcia pozwolą studentowi rozwój kompetencji poprzez poznanie podstawowych cech pracy reżysera i wartości jakimi się on kieruje.</p>
Wymagania wstępne	Wymagana jest ogólna wiedza o kinematografii, umiejętność korzystania z narzędzi social media.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

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

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

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

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Warsztat 4 (do wyboru jeden przedmiot: Warsztat operatorski 2 lub Warsztat reżyserski 2)

Kod modułu: W8-ZN-S2-W4

1. Liczba punktów ECTS: 5

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Warsztat operatorski 2 •Warsztat reżyserski 2 <p>Opis przedmiotu: Warsztat operatorski 2</p> <p>Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności i kompetencji związanych ze sztuką operatorską. Podczas warsztatu będą prezentowane różne problemy związane z realizacją obrazu filmowego i telewizyjnego takie, jak na przykład prześwietlenie i niedoświetlenie. Ważnymi zadaniami stawianymi studentowi będą sposoby tworzenia narracji za pomocą obrazu, kreowanie zdynamizowanego przekazu medialnego, rozróżnienie sposobów kadrowania w zależności od kontekstu sceny, analiza ruchu kamery i poszczególnych kadrów.</p>

	<p>Opis przedmiotu: Warsztat reżyserski 2</p> <p>Celem zajęć jest rozwijanie umiejętności i kompetencji związanych ze sztuką reżyserską. Podczas warsztatu prezentowane będą zagadnienia związane z umiejętnością obserwacji, zbieraniem i wykorzystaniem doświadczeń, uczuć i kształtowanie wrażliwości oraz asertywności. Ważnymi zadaniami stawianymi studentowi będą tworzenie wątków filmowych i rozbudowywanie z nich spójnej historii oraz tworzenie kreatywnego materiału wizualnego użytecznego w dalszej pracy montażowej.</p>
Wymagania wstępne	Student ma przygotowany projekt filmowy lub projekt innej formy audiowizualnej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W4_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie pisemnej lub ustnej.	W4_1, W4_2
W4_w_2	Ocena ciągła	Ocena wypowiedzi studenta podczas zajęć. Student na zakończenie IV semestru musi zrealizowany własny projekt oraz mieć zaplanowaną sprzedaż w Internecie.	W4_3, W4_4, W4_5, W4_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
W4_fs_1	wykład	Wykład interaktywny, dyskusja, warsztat moderowany, prezentacja multimedialna.	15	Opracowanie treści wykładu, analiza literatury i przykładów dzieł multimedialnych, filmów i innych materiałów audio-wizualnych.	45	W4_w_1
W4_fs_2	warsztat	Praca w grupie, dyskusja, analiza tekstów i materiałów źródłowych.	15	Przygotowanie całości projektu multimedialnego w social media.	75	W4_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Współpraca reżysera z producentem

Kod modułu: W8-ZN-S2-WRZP

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu

kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
WRZP_1	Student rozpoznaje zależności między teorią a praktyką występujące podczas współpracy reżysera z producentem.	K_W07	5
WRZP_2	Student posiada wiedzę o dzieła filmowym, nad którym pracuje w kontekście ewolucji kinematografii, zna problematykę współczesnego dzieła audiowizualnego.	K_W05	4
WRZP_3	Student praktycznie wprowadza teorię w swoją pracę, proponuje alternatywne rozwiązania, potrafi analizować proces twórczy.	K_U14	5
WRZP_4	Student posiada umiejętność posługiwania się argumentami służącymi osiągnięciu artystycznego celu i artystycznej jednomyślności.	K_U05	5
WRZP_5	Student zachowuje otwartość na innych, współpracuje i jest odpowiedzialny za swoją pracę, jest w stanie dokonać konstruktywnej, werbalnej krytyki dokonań swoich oraz innych osób.	K_K05	4
WRZP_6	Student posiada poczucie odpowiedzialności za końcowy rezultat prac artystyczno-organizacyjnych zarówno w perspektywie zbiorowej, jak i indywidualnej.	K_K06	5

3. Opis modułu

Opis	Student zdobędzie wiedzę na temat współpracy reżysera z producentem i komunikacji wśród twórców nowych mediów. Student zapozna się z podstawowymi cechami pracy reżysera i producenta, wadami i zaletami współpracy z punktu widzenia jej uczestników. Główną tematyką przekazywaną podczas prowadzonego modułu będą: poznawanie zasad współdziałania, kształtowanie umiejętności i kompetencji związanych z działalnością pre-produkcyjną, produkcyjną i post-produkcyjną, metody analizy potrzeb oraz wymagań reżysera i producenta, planowanie działań będących rezultatem kooperacji producenta z reżyserem. Student pozna poszczególne etapy w fazach pre-produkcji, produkcji i post-produkcji filmowej, z wyszczególnieniem tych etapów podczas, których współpraca reżysera z producentem jest kluczowa dla ostatecznego sukcesu i najbardziej intensywna. Student otrzyma wiedzę związaną z sposobami zapewnienia środków materialnych niezbędnych do kształtowania budżetu i wymagań określonych przez reżysera i ekipę filmową. Ponadto będzie zapoznawał się z różnymi aspektami pracy producenta takimi, jak pozyskiwanie środków finansowych i - ustaloną wcześniej z reżyserem - pracą twórczą producenta nad filmem.
Wymagania wstępne	Student powinien posiadać ogólną wiedzę o fazach pre-produkcji, produkcji i post-produkcji filmowej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
WRZP_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie ustnej z zakresu: ogólnej wiedzy o współpracy reżysera z producentem, wiedzy o łączeniu specyfiki pracy reżysera i producenta, różnic wynikających z innego podejścia do dzieła filmowego tych dwóch twórców filmu.	WRZP_1, WRZP_2
WRZP_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, będąca średnią ocen z zadań realizowanych w trakcie ćwiczeń. Student przygotowuje przykłady współpracy producenta z reżyserem na konkretnych przykładach.	WRZP_3, WRZP_4, WRZP_5, WRZP_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
WRZP_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, pokaz filmów, prezentacja multimedialna, dyskusja. Student samodzielnie dokonuje analizy przykładów dobrej współpracy reżysera z producentem.	15	Analiza literatury przedmiotu i studiów przypadku, analiza treści wykładów, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	WRZP_w_1
WRZP_fs_2	ćwiczenia	Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone metoda aktywizującą - praca w małych grupach. Student samodzielnie przygotowuje się do współpracy z reżyserem lub producentem na podstawie przygotowanych przez siebie materiałów.	15	Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	WRZP_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Współpraca z aktorem

Kod modułu: W8-ZN-S2-WZA

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Student zdobędzie wiedzę na temat współpracy międzyludzkiej i ogólnej komunikacji społecznej. Student zapozna się z podstawowymi atutami aktora. Aktor to osoba twórcza, która ma w sobie ogromną wrażliwość, ogromne predyspozycje twórcze takie jak śpiew, taniec, wcielanie się w różne prawdziwe i fikcyjne postaci. Jest to osoba gotowa na ukierunkowanie, na poprowadzenie swoim talentem i umiejętnościami, na wydobywanie jeszcze większej wrażliwości, w celu osiągnięcia założonego celu.</p> <p>Największym partnerem do pracy z aktorem jest reżyser, to na tej relacji będą oparte te zajęcia. Student pozna cały proces produkcji, z wyszczególnieniem etapów, podczas których praca z aktorem jest najważniejsza. Współpraca z aktorem, zaczyna się już od pracy nad scenariuszem, student zdobędzie wiedzę, jak rozmawiać z aktorem o roli, jak poprzez pracę aktora uzyskać wymagany cel.</p>
Wymagania wstępne	Podstawa wiedzy na temat zawodu aktora. Podstawowa kultura literacka i czytanie.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
WZA_w_1	Sprawdzian	Sprawdzian wiedzy w formie ustnej, weryfikujący kompetencje studenta z zakresu: wiedza ogólna o pracy z aktorem, umiejętność łączenia specyfiki pracy reżysera z aktorem. Student na wybranym przez siebie przykładzie utworu, będzie potrafił ocenić wpływ reżysera w relacji z aktorem.	WZA_1, WZA_2
WZA_w_2	Ocena ciągła	Bieżąca ocena indywidualnej pracy studenta, będąca średnią ocen z zadań realizowanych w trakcie ćwiczeń. Student będzie miał za zadanie przedstawić multimedialnie dobre przykłady pracy reżysera z aktorem, na konkretnych powstałych już dziełach.	WZA_3, WZA_4, WZA_5, WZA_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
WZA_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, pokaz filmów, prezentacja multimedialna, dyskusja. Student samodzielnie dokona analizy przykładów dobrej współpracy reżysera z aktorem.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	45	WZA_w_1
WZA_fs_2	ćwiczenia	Metoda pokazu. Podczas zajęć studenci będą poddawani grupowym i indywidualnym ćwiczeniom pracy z profesjonalnym aktorem. Student samodzielnie przygotowuje się do współpracy z danym aktorem na podstawie swojego tekstu.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych.	45	WZA_w_2

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Zarządzanie zespołem (do wyboru jeden przedmiot: Zarządzanie zespołem multimedialnym lub Zarządzanie zespołem produkcyjnym)

Kod modułu: W8-ZN-S2-ZPM

1. Liczba punktów ECTS: 2

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

3. Opis modułu	
Opis	<p>Przedmiot do wyboru:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Zarządzanie projektem medialnym •Production Team Management <p>Opis przedmiotu: Zarządzanie projektem medialnym</p> <p>Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z praktyczną wiedzą związaną z kwestią osiągnięcia sukcesu przy realizacji projektu sukcesu.</p> <p>Zagadnienia: planowanie, wdrażanie i rozliczanie projektów multimedialnych, metodyki zarządzania projektami, cykl życia projektu i charakterystyka poszczególnych faz, struktura zespołów projektowych, zarządzanie ryzykiem w projektach multimedialnych, techniki planowania pracy własnej i członków zespołu projektowego multimedialnego, budowanie harmonogramu realizacji projektu.</p>

	<p>Opis przedmiotu: Zarządzanie zespołem produkcyjnym</p> <p>W ramach modułu studenci dowiedzą się, jak wykorzystać pomysły swoich pracowników. Poznają techniki pozwalające prowadzić twórcze dyskusje szybciej i z lepszymi efektami. Aby wybrać pomysły do wykorzystania w praktyce biznesowej, studenci poznają sposoby zapisu wariantów decyzyjnych oraz metodę oceny punktowej, zwiększając prawdopodobieństwo trafności decyzji. W ramach prowadzonego warsztatu nabiorą pewności podczas dokonywania wyborów. Kolejną umiejętnością, którą będą doskonalić studenci, jest prowadzenie spotkań. Nauczą się dzielić treść, którą chcą przekazać uczestnicy spotkania, na odpowiednie części. Sprawdzą, jak realnie szacować czas spotkania oraz jak moderować dyskusję. Zdobędą umiejętność wyciągania konstruktywnych wniosków dotyczących działań po spotkaniu. Aby je podjąć, dowiedzą się, jak poprawnie ustalić cel i plan działań, a także co robić, gdy pojawią się nieprzewidziane trudności. Będą rozwijać umiejętność elastycznego podejścia do harmonogramów.</p> <p>Zagadnienia w ramach zajęć: poszukiwanie pomysłów w zespole pracowniczym, rodzaje decyzji podejmowanych w przedsiębiorstwie, oddzielenie twórczego tworzenia wariantów decyzyjnych od podejmowania racjonalnych wyborów, metoda morfologiczna – zapis wariantów decyzyjnych, metoda punktowa w podejmowaniu decyzji, etapy procesu komunikowania się, zasady precyzyjnego formułowania komunikatów dla podwładnym, tworzenie planu spotkania i koordynowanie obrad, rodzaje celów przedsiębiorstwa, wyodrębnionych w oparciu o różne kryteria, zróżnicowanie celów w różnych komórkach organizacyjnych firmy, zasady ustalania celów, planowanie działań technikami Gantt'a, tworzenie harmonogramów.</p>
Wymagania wstępne	<p>Student powinien mieć podstawową wiedzę z zakresu zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.</p> <p>Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.</p>

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
ZPM_w_1	Sprawdzian	Egzamin w formie pisemnej – test wiedzy na temat technik zarządzania zespołem produkcyjnym w branży medialnej.	ZPM_1, ZPM_2
ZPM_w_2	Ocena ciągła	Ocena prac cząstkowych mających na celu nabycie przez studenta umiejętności planowania i realizacji projektów medialnych.	ZPM_3, ZPM_4, ZPM_5, ZPM_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
ZPM_fs_1	wykład	Wykład teoretyczny, wykład aktywizujący, prezentacja multimedialna, dyskusja.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	ZPM_w_1
ZPM_fs_2	ćwiczenia	Studia przypadków, które mają skłonić studentów do samodzielnego zarządzania projektami multimedialnymi. Ćwiczenia aktywizujące, gra, symulacja biznesowa. Praca w grupach.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdego zajęcia, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	15	ZPM_w_2