

PROGRAM STUDIÓW

Publikowanie cyfrowe i sieciowe studia pierwszego stopnia, niestacjonarne

Plan studiów

Rok studiów: I						
Semestr: pierwszy						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Edytory grafiki	O	L	18	2	Zo
2	Edytory tekstu	O	L	18	2	Zo
3	Etyka i etykieta w komunikacji językowej	O	K	18	3	Zo
4	Historia mediów	O	W	18	3	E
5	Komunikacja w teorii i praktyce	O	W	9	3	E
6	Komunikacja w teorii i praktyce	O	K	18	3	Zo
7	Komunikacja wizualna	O	K	18	2	Zo
8	Podstawy edytorstwa	O	W	9	3	E
9	Podstawy edytorstwa	O	K	18	3	Zo
10	Przedmiot humanistyczny***	O/F	W/K	18	3	Zo/E
11	Przedmiot do wyboru****	F	W/K/L	18	3	Zo/E
12	Obowiązkowe szkolenie BHP oraz ochrony ppoż.	O	e-learning	4	0	Z
Razem				184	30	
Semestr: drugi						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	CMS – systemy zarządzania treścią	O	L	18	3	Zo

2	Edytorstwo publikacji cyfrowych	O	W	9	3	E
3	Edytorstwo publikacji cyfrowych	O	K	18	3	Zo
4	Książka w ekosystemie mediów	O	W	9	3	E
5	Książka w ekosystemie mediów	O	K	18	3	Zo
6	Kultura języka	O	K	18	3	Zo
7	Praca w programie inDesign	O	L	18	2	Zo
8	Techniki wywierania wpływu	O	K	18	3	Zo
9	Twórcze pisanie – warsztaty	O	Wr	18	3	Zo
10	Lektorat języka obcego	O	Lekt.	60	0	Z
11	Przedmiot do wyboru ****	F	W/K/L	9	2	Zo/E
12	Przedmiot do wyboru ****	F	W/K/L	9	2	Zo/E
Razem				222	30	

Rok studiów: II

Semestr: trzeci

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Czytanie i czytelnik	O	K	18	3	Zo
2	Ocena jakości informacji	O	K	18	3	Zo
3	Podstawy typografii	O	W	9	3	E
4	Podstawy typografii	O	L	18	2	Zo
5	Rynek wydawniczy – aspekty praktyczne	O	K	9	2	Zo
6	Wstęp do marketingu	O	K	18	3	Zo
7	Zarządzanie kolekcjami e-dokumentów	O	W	9	3	E
8	Zarządzanie kolekcjami e-dokumentów	O	L	18	2	Zo
9	Zasoby informacji	O	L	18	2	Zo

10	Lektorat języka obcego	O	Lekt.	30	0	Z
11	Rynek pracy	O	K	9	1	Zo
12	Specjalność: komunikacja cyfrowa // Specjalność: projektowanie publikacji	O/F	W/K/L	36	6	Zo
Razem				210	30	
Semestr: czwarty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Czytanie i czytelnik - projekt	O	K	9	3	Zo
2	Informacja w teorii i praktyce	O	W	18	3	E
3	Podstawy nauk o komunikacji społecznej i mediach	O	W	18	3	E
4	Praktyczne aspekty prawa	O	K	18	3	Zo
5	Rynek książki w Polsce i na świecie	O	K	18	3	Zo
6	Sieciowe środowisko pracy	O	L	18	2	Zo
7	Wprowadzenie do pracy naukowej	O	K	18	3	Zo
8	Wyszukiwanie informacji	O	L	18	2	Zo
9	Lektorat języka obcego	O	Lekt.	30	0	Z
10	Specjalność: komunikacja cyfrowa // Specjalność: projektowanie publikacji	O/F	W/K/L	45	8	Zo
Razem				210	30	
Rok studiów: III						
Semestr: piąty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Konwersatorium terminologiczne (język angielski)	O	K	9	2	Zo
2	Metody badań jakościowych i ilościowych	O	K	18	2	Zo
3	Otwarta nauka i kultura	O	W	9	3	E

4	Wiedza o kulturze	O	W	9	3	E
5	Wiedza o kulturze	O	K	18	2	Zo
6	Seminarium licencjackie	O	S	18	5	Zo
7	Specjalność: komunikacja cyfrowa // Specjalność: projektowanie publikacji	O/F	W/K/L	54	9	Zo
8	Przedmiot humanistyczny***	O/F	W/K	9	2	Zo/E
9	Przedmiot do wyboru****	F	W/K/L	9	2	Zo/E
Razem				153	30	
Semestr: szósty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	CRM - zarządzanie relacjami z klientami	O	K	18	2	Zo
2	Praca z przekładem	O	K	18	2	Zo
3	Seminarium licencjackie	O	S	18	7	Zo
4	Lektorat języka obcego (wpis)	O	-	0	12	E
5	Specjalność: komunikacja cyfrowa // Specjalność: projektowanie publikacji	O/F	W/K/L	54	7	Zo
Razem				108	30	

* Przedmiot: obowiązkowy – O / fakultatywny – F

** Forma zajęć: W - wykład, Ć – ćwiczenia, S - seminarium, L - laboratorium, K - konwersatorium, Wr - warsztaty, Lekt. - lektoraty

*** Przedmiot humanistyczny wybierany z oferty ogólnowydziałowej

**** Przedmiot do wyboru ze zmiennej listy przygotowywanej przez Instytut na dany rok akademicki

Łączna liczba godzin na studiach	1087
Łączna liczba godzin przedmiotów specjalnościowych (wliczone w całość godzin)	189
Liczba semestrów	6

Wskaźniki ECTS	
Liczba punktów ECTS wymagana do ukończenia studiów pierwszego stopnia	180
Liczba punktów ECTS dla przedmiotów do wyboru: specjalnościowe, do wyboru i seminaryjne (wliczone w całość punktów)	56 (31% ECTS)
Liczba punktów ECTS, które student musi uzyskać na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	180
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych	5
Liczba punktów ECTS, którą student musi uzyskać realizując moduły na zajęciach ogólnouniversyteckich (lektoraty, moduły związane z przygotowaniem do zawodu nauczyciela)	12 (lektorat) + 8 (lektorat języka polskiego dla cudzoziemców)
Wymiar praktyki zawodowej i liczba punktów ECTS przypisanych praktykom określonym w programie studiów	nie dotyczy
Procentowy udział liczby punktów ECTS dla programu przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny	nie dotyczy
Procentowy udział poszczególnych dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się.	100% (nauki o komunikacji społecznej i mediach)

Specjalność: komunikacja cyfrowa

Rok studiów: II						
Semestr: trzeci						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Komunikacja w środowisku cyfrowym	O	K	18	3	Zo
2	Webwriting	O	K	18	3	Zo
Razem				36	6	
Semestr: czwarty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	E-marketing	O	K	18	3	Zo
2	Netnografia	O	L	18	3	Zo
3	Networking	O	Wr	9	2	Zo

Razem	45	8	
--------------	-----------	----------	--

Rok studiów: III						
Semestr: piąty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Społeczne oddziaływanie mediów	O	K	18	3	Zo
2	Społeczności współpracy - Wikipedia	O	L	18	3	Zo
3	Prawo w Internecie	O	W	18	3	Zo
Razem				54	9	
Semestr: szósty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Ekologia informacji	O	K	18	2	Zo
2	UI/UX - User Interface/User Experience	O	L	18	3	Zo
3	Kanały dystrybucji cyfrowej	O	K	18	2	Zo
Razem				54	7	

Specjalność: projektowanie publikacji

Rok studiów: II						
Semestr: trzeci						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Projektowanie grafiki (rastrowa i wektorowa)	O	L	18	3	Zo
2	Współczesna grafika użytkowa	O	K	18	3	Zo
Razem				36	6	
Semestr: czwarty						
Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia

1	Edytorstwo dzieł literackich	O	K	18	3	Zo
2	Prawo autorskie	O	K	9	2	Zo
3	Wizualizacja treści	O	L	18	3	Zo
Razem				45	8	

Rok studiów: III

Semestr: piąty

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	InDesign - projekt	O	L	18	3	Zo
2	Redakcja i korekta tekstu	O	K	18	3	Zo
3	Rynek wydawniczy w anglojęzycznych zasobach internetowych	O	K	18	3	Zo
Razem				54	9	

Semestr: szósty

Lp.	Nazwa przedmiotu	O/F*	Forma zajęć**	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia
1	Content marketing	O	Wr	18	3	Zo
2	Estetyka w projektowaniu	O	W	18	2	Zo
3	Przetwarzanie danych w procesie digitalizacji	O	L	18	2	Zo
Razem				54	7	

* Przedmiot: obowiązkowy – O / fakultatywny – F

** Forma zajęć: W - wykład, Ć – ćwiczenia, S - seminarium, L - laboratorium, K - konwersatorium, Wr - warsztaty, Lekt. - lektoraty

OPIS ZAKŁADANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU STUDIÓW

Kierunek studiów: Publikowanie cyfrowe i sieciowe Dyscypliny naukowe: nauki o komunikacji społecznej i mediach (100%) Poziom kształcenia: studia pierwszego stopnia Poziom kwalifikacji: 6 PRK Profil kształcenia: ogólnoakademicki Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: licencjat		
Kod efektu uczenia się dla kierunku studiów	Efekty uczenia się dla kierunku studiów	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia PRK (kody)
WIEDZA		
K_W01	Ma zaawansowaną wiedzę o miejscu, znaczeniu, przedmiotowej i metodologicznej specyfice oraz kierunkach rozwoju nauk o komunikacji społecznej i mediach jako dyscypliny badającej współczesne środowisko medialne i informacyjne człowieka.	P6S_WG
K_W02	Zna w zaawansowanym stopniu terminologię stosowaną we współczesnej nauce, zwłaszcza w naukach o komunikacji społecznej i mediach w obszarze edytorstwa i komunikacji cyfrowej, wiedzy o języku, literaturze, mediach i kulturze.	P6S_WG
K_W03	Zna w stopniu zaawansowanym podstawowe źródła informacji z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz profesjonalnej działalności wydawniczej.	P6S_WG
K_W04	Ma zaawansowaną wiedzę (obejmującą teorię, historię, terminologię i metodologię) w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6S_WG
K_W05	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu: narzędzi, metod i technik wytwarzania piśmiennictwa, jego obiegu i użytkowania; projektowania i rozpowszechniania publikacji; znaczenia komunikacji tradycyjnej i cyfrowej w życiu społecznym; obiegu informacji elektronicznej; strategii upowszechniania i oceny zasobów piśmienniczych tradycyjnych i cyfrowych.	P6S_WG
K_W06	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu relacje między studiowaną dyscypliną a innymi dyscyplinami naukowymi.	P6S_WG
K_W07	Ma zaawansowaną wiedzę o funkcjonowaniu współczesnego społeczeństwa po przełomie cyfrowym i rozumie fundamentalne dylematy związane z komunikacją i działalnością publikacyjną prowadzoną w nowomediálním kontekście.	P6S_WK
K_W08	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym wybrane metody analizy i interpretacji zjawisk właściwe dla nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6S_WG
K_W09	Zna metody i podstawowe zasady dotyczące rozwijania różnych form przedsiębiorczości.	P6S_WK
K_W10	Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa autorskiego i ochrony danych osobowych oraz etyczne, prawne i ekonomiczne uwarunkowania działalności wydawniczej i funkcjonowania mediów cyfrowych.	P6S_WK
UMIEJĘTNOŚCI		
K_U01	Potrafi wyszukiwać, selekcjonować, analizować, użytkować, oceniać, prezentować i archiwizować informacje pozyskane z różnego rodzaju źródeł, wykorzystując w tym celu zaawansowane narzędzia	P6S_UW

	i najnowsze technologie, a także formułować na tej podstawie własne (również krytyczne) sądy.	
K_U02	Posiada umiejętności badawcze (formułowania problemów badawczych, stawiania hipotez, doboru źródeł, metod i narzędzi badawczych, służących weryfikacji hipotez, gromadzenia i analizy danych, wyciągania wniosków oraz opracowania i prezentacji wyników) pozwalające na rozwiązywanie lub objaśnianie typowych problemów w zakresie nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6S_UW
K_U03	Potrafi efektywnie korzystać z technologii informacyjnych i komunikacyjnych w samodzielnym nabywaniu wiedzy i rozwijaniu umiejętności badawczych, kierując się wskazówkami opiekuna naukowego.	P6S_UW
K_U04	Rozpoznaje, umie analizować i oceniać różne rodzaje komunikatów oraz zasobów cyfrowych pod kątem ich cech treściowych, strukturalnych, estetycznych i funkcjonalnych.	P6S_UW
K_U05	Porusza specjalistyczne tematy, komunikując się ze zróżnicowanymi kręgami odbiorców; wykorzystuje do tego celu tradycyjne i nowoczesne kanały oraz techniki komunikacyjne, stosuje specjalistyczną terminologię, a w razie potrzeby konsultuje się ze specjalistami zajmującymi się teorią i (lub) praktyką w obszarze komunikacji cyfrowej i działalności wydawniczej.	P6S_UK
K_U06	Potrafi brać udział w debacie, uzasadnia prezentowane opinie oraz formułuje i wyraża poglądy w odniesieniu do zjawisk z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach.	P6S_UK
K_U07	Posiada umiejętność pisania prac w języku polskim z wykorzystaniem różnych źródeł i poprawnie skonstruowanym aparatem naukowym.	P6S_UK
K_U08	Posiada podstawową umiejętność tworzenia tekstów oraz przygotowania wystąpień ustnych i prezentacji (w tym multimedialnych).	P6S_UK
K_U09	Posiada podstawowe umiejętności w zakresie projektowania i oceny elektronicznych usług i produktów oraz potrzeb informacyjnych różnych grup użytkowników.	P6S_UW
K_U10	Potrafi komunikować się w przynajmniej jednym nowożytnym języku obcym na poziomie biegłości B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego Rady Europy.	P6S_UK
K_U11	Rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie jako warunku powodzenia na rynku pracy, potrafi planować uzupełnianie i aktualizowanie swojego wykształcenia oraz kompetencji zawodowych.	P6S_UU
K_U12	Potrafi pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, zespołowo projektować i realizować wyznaczone zadania.	P6S_UO
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_K01	Prawidłowo rozstrzyga dylematy związane z pełnieniem ról zawodowych; akceptuje konieczność poszanowania prawa, przestrzegania zasad etyki i standardów profesjonalnych, dbałości o dorobek i tradycje zawodu.	P6S_KR
K_K02	Jest gotowy do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i korzystania z wiedzy ekspertów.	P6S_KK
K_K03	Uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w działalności naukowej i zawodowej.	P6S_KK

K_K04	Jest gotów do przyjęcia zobowiązań społecznych związanych z komunikacją i udostępnianiem treści we współczesnym świecie oraz aktywnego uczestnictwa w różnorodnych akcjach podejmowanych w tym obszarze na rzecz środowiska społecznego i interesu publicznego.	P6S_KO
K_K05	Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.	P6S_KO

Objaśnienie symboli:

P7S _WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K (przed podkreśleniem) - kierunkowe efekty uczenia się

K_W – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K_U – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K_K – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się

Pokrycie efektów uczenia się określonych w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji przez efekty kierunkowe

Kierunek studiów: Publikowanie cyfrowe i sieciow Poziom kształcenia: studia I stopnia Profil kształcenia: ogólnoakademicki		
Kod składnika opisu Polskiej Ramy Kwalifikacji	Efekty uczenia się określone w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku <i>Publikowanie cyfrowe i sieciowe</i>
WIEDZA		
P6S_WG	zna i rozumie w zaawansowanym stopniu – wybrane fakty, obiekty i zjawiska oraz dotyczące ich metody i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące podstawową wiedzę ogólną z zakresu dyscyplin naukowych lub artystycznych tworzących podstawy teoretyczne oraz wybrane zagadnienia z zakresu wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu studiów, a w przypadku studiów o profilu praktycznym – również zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z ich kierunkiem	K_W01, K_W02, K_W03, K_W04, K_W05, K_W06, K_W08
P6S_WK	zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji podstawowe ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości	K_W07, K_W09, K_W10,
UMIEJĘTNOŚCI		
P6S_UW	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać złożone i nietypowe problemy oraz wykonywać zadania w warunkach nie w pełni przewidywalnych przez: – właściwy dobór źródeł i informacji z nich pochodzących, dokonywanie oceny, krytycznej analizy i syntezy tych informacji, – dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych; potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę – formułować i rozwiązywać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów – w przypadku studiów o profilu praktycznym	K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U09
P6S_UU	potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie	K_U11
P6S_UK	potrafi komunikować się z otoczeniem z użyciem specjalistycznej terminologii brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich posługując się językiem obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	K_U06, KU_07, K_U08, K_U10

P6S_UO	potrafi planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych (także o charakterze interdyscyplinarnym)	K_U12
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
P6S_KK	jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu)	K_K02, K_K03
P6S_KR	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, w tym: – przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, – dbałości o dorobek i tradycje zawodu	K_K01
P6S_KO	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego inicjowania działań na rzecz interesu publicznego; myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	K_K04, K_K05

**Objaśnienie symboli:*

P6S_WG/P7S_WG – kod składnika opisu kwalifikacji dla poziomu 6 i 7 w charakterystykach drugiego stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji

K (przed podkreśleniem) - kierunkowe efekty uczenia się

K_W – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie wiedzy

K_U – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie umiejętności

K_K – kierunkowe efekty uczenia się w zakresie kompetencji społecznych

01, 02, 03 i kolejne - kolejny numer kierunkowego efektu uczenia się

Treści programowe. Efekty uczenia się dla przedmiotów/modułów zajęć

I.p.	Nazwa przedmiotu	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	CMS – systemy zarządzania treścią	Wprowadzenie do interfejsu administracyjnego. Użytkownicy systemu, ich role i uprawnienia. Tworzenie uproszczonej witryny. Analiza potrzeb użytkowników. Wykorzystanie szablonów. Tworzenie witryny złożonej.	K_W02, K_W05, K_U03, K_U04, K_K01, K_K04
2.	Content marketing	Wpływ Internetu na zachowania konsumenckie i działalność marketingową. Cele i założenia marketingu treści. Odbiorca (persona) jako przedstawiciel grupy docelowej. Narzędzia marketingu treści (m.in. media społecznościowe, blog, e-mail, infografiki, webinary, newslettery). Podstawowe zasady webwritingu i copywritingu.	K_W02, K_W09, K_U04, K_U09, K_K05
3.	CRM - zarządzanie relacjami z klientami	Wprowadzenie do zarządzania relacjami z klientami. Kategorie klientów i polityk z nimi związanych. Rola klientów w rozwoju przedsiębiorstwa. Obszary komunikacji z klientem. Badanie satysfakcji klientów.	K_W09, K_W10, K_U01, K_U02, K_K02
4.	Czytanie i czytelnik	Psychofizyczny proces czytania. Czytelnicze dyspozycje motywacyjne i instrumentalne. Zachowania lekturowe i ich uwarunkowania. Sytuacje i okoliczności lektury. Funkcje lektury. Typizacja czytelników. Czytelnictwo w Polsce i na świecie. Metody, techniki i źródła do badań czytelniczych – wprowadzenie.	K_W02, K_U01, K_U06, K_U12
5.	Czytanie i czytelnik - projekt	Wybrane metody i techniki badań czytelniczych. Źródła do badań czytelniczych. Analiza zachowań lekturowych wybranych grup odbiorców.	K_W05, K_U01, K_U02, K_U12
6.	Edytorstwo dzieł literackich	Cele i zadania edytorstwa tekstów literackich. Edytorstwo filologiczne: pojęcie krytyki tekstu i edycji krytycznej dzieła literackiego. Modele wydawnicze książki literackiej. Relacje między tekstem a obrazem w edycjach dzieł literackich. Edytorstwo tekstów dawnych – podstawa druku, skażenia tekstu, problemy modernizacji. Wybrane problemy wydawania dzieł literackich w kontekście współczesnego rynku książki i rozwoju nowych technologii.	K_W02, K_W05, K_W10, K_U01, K_U02, K_U04, K_U06, K_K01
7.	Edytorstwo publikacji cyfrowych	Wykład: Fonty – adaptowane i nowe. Definicja, historia i przykłady publikacji cyfrowych. Organizacja pracy nad publikacją cyfrową. Zasady przygotowania publikacji cyfrowych. Formaty i zabezpieczenia plików. Wydawnictwa subsydiowane, vanity i self-publishing. Digitalizacja. Problemy współczesnego wydawcy.	K_W02, K_W05, K_U06, K_K01
8.	Edytorstwo publikacji cyfrowych	Konwersatorium: Fonty – adaptowane i nowe. Przykłady publikacji cyfrowych. Korekta publikacji cyfrowej. Wydawnictwa subsydiowane, vanity i self-publishing. Digitalizacja.	K_W02, K_W05, K_U01, K_U03, K_K04

9.	Edytory grafiki	Edytory grafiki. Wykorzystanie programów komputerowych pakietu Adobe w projektowaniu grafiki rastrowej i wektorowej. Warstwy. Maski. Kanał Alfa. Efekty specjalne. Raster. Wektor. Ocena jakościowa projektów graficznych.	K_W05, K_W09, K_U04, K_U09, K_U11, K_K01
10.	Edytory tekstu	Ogólne zasady dotyczące poprawnej edycji tekstu i typografii. Zaawansowane formatowanie dokumentu. Tworzenie tabel i ich formatowanie. Wstawianie grafiki. Narzędzia do pisania i odwołania.	K_W05, K_U03, K_U05, K_U11, K_K01
11.	Ekologia informacji	Ekologia informacji i jej usytuowanie we współczesnej nauce. Cywilizacyjne zyski i koszty ekspansji narzędzi utrwalania, przetwarzania i dystrybucji informacji cyfrowych. Zjawisko przeładowania informacjami w perspektywie historycznej i współczesnej. Zagrożenia użytkowników nowoczesnych technologii teleinformatycznych (psychologiczne, techniczne, medyczne, społeczne itd.) i metody przeciwdziałania ich negatywnym skutkom. Formy ochrony sieciowego środowiska komunikacyjnego.	K_W01, K_W07, K_U01, K_U06, K_K02
12.	E-marketing	Segmentacja klientów e-marketingu. Planowanie mediów (modele i rodzaje serwisów www, treść, nawigacja, popularność serwisu). Marketing a wyszukiwarki internetowe. Reklama odsłonowa, e-mail marketing, marketing mobilny. Badania online.	K_W02, K_U01, K_U08, K_U12, K_K05
13.	Estetyka w projektowaniu	Estetyka i kanony estetyczne. Przemiany estetyczne w projektowaniu publikacji na przestrzeni dziejów. Korzenie współczesnego projektowania graficznego. Style i tendencje w projektowaniu II poł. XIX-XXI w. w Polsce i Europie. Charakterystyczne motywy i rozwiązania graficzne utrwalone we współczesnej kulturze wizualnej.	K_W02, K_W04, K_U06, K_K03
14.	Etyka i etykieta w komunikacji językowej	Etykieta językowa i etyka komunikacji jako przedmiot badań pragmatyki językowej. Polski model grzeczności językowej i grzecznościowe akty mowy. Elementy etykiety biznesowej. Rola językowych zachowań grzecznościowych w komunikacji międzykulturowej. Etyka w komunikacji interpersonalnej i masowej – wybrane zjawiska.	K_W02, K_W07, K_W08, K_U04, K_K01
15.	Historia mediów	Historia mediów – jej zakres i użyteczność. Pierwotna oralność i początki piśmienności (funkcje i znaczenie pisma w kulturze oralnej). Rozwój kultury książki w zakresie zjawisk związanych z procesami jej wytwarzania, obiegu i funkcjonowania w społeczeństwie. XIX-wieczny postęp techniczny a narodziny mediów masowych. Geneza i przebieg rewolucji cyfrowej w kontekście uwarunkowań technologicznych i środowiskowych.	K_W01, K_W04, K_W08, K_U01, K_K03
16.	InDesign - projekt	Projektowanie publikacji elektronicznych i drukowanych z wykorzystaniem wyspecjalizowanych narzędzi komputerowych. Zaawansowane funkcje programów do składu komputerowego. Dopasowanie warsztatu do potrzeb publikacji różnego typu.	K_W05, K_U09, K_K03

17.	Informacja w teorii i praktyce	Potoczne i naukowe ujęcie informacji. Użytkownicy informacji - ich potrzeby i zachowania. Bariery informacyjne. Informacja jako uniwersalny atrybut władzy i podstawa funkcjonowania nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego. Dzielenie się informacją i wiedzą w kontekście publicznym i prywatnym. Utowarowienie informacji. Definiowanie informacji z perspektywy różnych obszarów teorii i praktyki. Informacja jako obiekt badań w poszczególnych dyscyplinach naukowych.	K_W01, K_W06, K_W07, K_U09, K_K01
18.	Kanały dystrybucji cyfrowej	Tradycyjne i cyfrowe łańcuchy dystrybucji. Skutki dezintermediacji. Strategie i modele dystrybucji cyfrowej. Podobieństwa i różnice w dystrybucji cyfrowej książek, muzyki, filmów oraz gier.	K_W05, K_W09, K_U01, K_U05, K_U12, K_K05
19.	Komunikacja w środowisku cyfrowym	Historia przemian kluczowych firm technologiczno-medialnych działających w środowisku cyfrowym. Uwarunkowania rozwoju produktów i usług cyfrowych służących komunikacji cyfrowej. Rola konsumentów jako odbiorców i współtwórców treści. Język nowych mediów. Zasady, zwyczaje i ograniczenia obowiązujące w zakresie komunikacji cyfrowej.	K_W07, K_U04, K_U05, K_U06, K_U08, K_K04
20.	Komunikacja w teorii i praktyce	Wykład: Definicje procesu komunikacji społecznej. Cechy, funkcje i formy komunikacji społecznej. Procesy komunikowania się w społeczeństwie. Komunikacja masowa (cechy procesu komunikowania masowego, zasady działania i funkcje mediów). Komunikowanie międzykulturowe. Propaganda i reklama jako formy komunikowania. Zasady wywierania wpływu społecznego - wprowadzenie.	K_W04, K_U06, K_K02
21.	Komunikacja w teorii i praktyce	Konwersatorium: Sztuka słuchania (słuchanie bierne i aktywne). Komunikacja niewerbalna. Mowa ciała. Bariery komunikacyjne. Sztuka skutecznego porozumiewania się. Ćwiczenia w zakresie komunikacji w mowie - umiejętności prezentacji i autoprezentacji. Ćwiczenia w zakresie komunikacji w piśmie – sztuka formułowania podstawowych komunikatów. Komunikowanie tradycyjne a komunikowanie cyfrowe.	K_W02, K_W07, K_U04, K_U08, K_U12,
22.	Komunikacja wizualna	Cele i zadania komunikacji wizualnej. Stosowane środki wyrazu. Kultura wizualna a projektowanie graficzne. Komunikacja wizualna w projektowaniu publikacji. Podstawowe zasady kształtowania komunikatów wizualnych.	K_W02, K_W05, K_U04, K_U08, K_K03
23.	Konwersatorium terminologiczne (język angielski)	Anglojęzyczna terminologia stosowana w odniesieniu do mediów, udostępniania informacji i projektowania publikacji, wydawnictw i budowy książki (zarówno jej formy fizycznej, jak i układu treści); ćwiczenia i zadania z wykorzystaniem wspomnianej terminologii.	K_W02, K_U01, K_U08, K_U12
24.	Książka w ekosystemie mediów	Wykład: Media i ich systemy. Krytyczna analiza współczesnych zjawisk medialnych (m. in. determinizm technologiczny, konserwatyzm kulturowy, remediacja i kultura	K_W01, K_W05, K_W08, K_U04, K_K01

		konwergencji). Kulturowe i rynkowe aspekty funkcjonowania mediów. Znaczenie transmedialności i kultury uczestnictwa dla współczesnego rynku mediów.	
25.	Książka w ekosystemie mediów	Konwersatorium: Formy obecności książki konwencjonalnej w środowisku cyfrowym. Współcześni użytkownicy mediów i ich cross-medialne zachowania. Sieciowe społeczności użytkowników mediów. Sposoby wykorzystywania treści książkowych (tekstów literackich) w realizacjach filmowych i growych. Struktura opowieści transmedialnej i ranga jej poszczególnych komponentów.	K_W01, K_W05, K_U01, K_U07, K_K01
26.	Kultura języka	Podstawowe pojęcia kultury języka. Warianty w normie i ich typy. Innowacje językowe i kryteria ich oceny. Błędy wewnątrz- i zewnątrzjęzykowe. Postawy Polaków wobec języka. Poprawność językowa w zakresie składni, fleksji, ortografii i interpunkcji na przykładach zaczerpniętych z różnych rodzajów tekstów.	K_W02, K_U04, K_U06, K_U07, K_K04
27.	Metody badań jakościowych i ilościowych	Projektowanie badań ilościowych i jakościowych. Zbieranie, przetwarzanie i analizowanie danych. Podejścia i paradygmaty badawcze. Triangulacja metod. Etyka w badaniach ilościowych i jakościowych. Ograniczenia badawcze.	K_W02, K_W08, K_U02, K_U03, K_U06, K_01
28.	Netnografia	Etnografia tradycyjna i cyfrowa – historia badań. Etnografia wirtualna jako metoda badań na potrzeby nauki i biznesu. W laboratorium badacza nauk społecznych (metody, narzędzia, techniki). Zbieranie, przetwarzanie, analiza i wizualizacja danych. Kontekstualizacja danych. Ograniczenia badawcze. Etyka w badaniach etnograficznych.	K_W08, K_U01, K_U02, K_U03, K_U12, K_K01
29.	Networking	Definicja i założenia networkingu. Nawiązywanie relacji biznesowych. Zasady i sposoby budowania sieci kontaktów biznesowych. Wykorzystanie networkingu w rozwijaniu własnej kariery. Wpływ internetu i jego transformacji na rozwój networkingu.	K_W07, K_W09, K_U05, K_U11, K_K05
30.	Ocena jakości informacji	Obszary badań jakości informacji. Informacja i atrybuty jej jakości. Metody i narzędzia pomiaru jakości informacji elektronicznej. Manipulacja informacją w sieci (fake news, deepfakes itp.). Kryteria ewaluacji jakości informacji a weryfikacja prawdziwości informacji.	K_W01, K_W05, K_U01, K_U02, K_U08, K_U09, K_K03
31.	Otwarta nauka i kultura	Otwarta nauka i otwarta kultura – historia, cele, główne założenia. Wpływ otwartej nauki i otwartej kultury na rozwój nauki, gospodarki i społeczeństwa. Zalety i problemy wiążące się z otwartością poszczególnych komponentów otwartej nauki (m.in. Otwarty Dostęp, Otwarta Infrastruktura, Otwarte Dane, Otwarta Ewaluacja, Open Source, Otwarta Edukacja, Nauka Obywatelska) i otwartej kultury (m.in. Otwarte Zasoby Kultury).	K_W02, K_W05, K_W10, K_U06, K_K01
32.	Podstawy edytorstwa	Wykład: Kompozycja wydawnicza książki. Organizacja pracy wydawnictwa. Współpraca redakcji z innymi działami. Układ typograficzny książki. Skład i ortotypografia. Prepress, press i postpress.	K_W02, K_W05, K_U04, K_U09, K_K01

33.	Podstawy edytorstwa	Konwersatorium: Kompozycja wydawnicza książki. Organizacja pracy wydawnictwa. Współpraca redakcji z innymi działami. Układ typograficzny książki. Skład i ortotypografia. Prepress, press i postpress.	K_W02, K_W05, K_U01, K_U06, K_U07, K_K01
34.	Podstawy nauk o komunikacji społecznej i mediach	Podstawowe pojęcia z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach (noksim), ich definicje, przedmiot, zakres i struktura w ujęciu teoretyków obcych i polskich. Znaczenie książki i innych mediów jako środka przekazu myśli ludzkiej na przestrzeni dziejów. Elementy teorii komunikacji społecznej i medialnej, kierunki badawcze w kraju i za granicą, instytucjonalizacja i organizacja noksim. Specjalistyczne towarzystwa naukowe oraz czasopisma z zakresu noksim. Metody i źródła do badań noksim, w tym szczególnie bibliologiczne i informatologiczne. Wzajemne relacje i powiązania między noksim i innymi naukami społecznymi i humanistycznymi. Miejsce problemów z obszaru komunikacji społecznej i mediów w całym toku kształcenia PCIS.	K_W01, K_W04, K_U02, K_U04, K_K03
35.	Podstawy typografii	Wykład: Cele i zadania współczesnej typografii oraz jej przemiany na przestrzeni wieków. Pismo jako podstawowy środek wyrazu w typografii. Mikrotypografia – czynniki wpływające na estetykę i czytelność składu. Makrotypografia – czynniki wpływające na funkcjonalność i estetykę całego projektu. Kompozycja w projektowaniu. Wybitni graficy i ich projekty.	K_W02, K_U04, K_K03
36.	Podstawy typografii	Laboratorium: Doskonalenie umiejętności projektowania publikacji w programie InDesign (lub innym wskazanym przez prowadzącego programie) z poszanowaniem zasad typografii.	K_W01, K_U04, K_U09, K_K03
37.	Praca w programie inDesign	Praca w programie In Design. Wykorzystanie program komputerowego pakietu Adobe w projektowaniu publikacji. Kompozycja, układ graficzny. Skład i łamanie. Wektor. Raster. Fonty. Kolumny. Ramki tekstowe. Ramki ilustracyjne. Wrap. Grep. Impozycja. Przygotowanie do druku. Ocena jakościowa ukończonego projektu.	K_W05, K_U09, K_K03
38.	Praca z przekładem	Ogólne zasady tłumaczenia tekstów; kontekst (kulturowe, intertekstualny) w procesie przekładu; tłumaczenie i adaptacja terminów specjalistycznych, nazw własnych i „elementów kulturowych”; <i>stylesheet</i> i adaptacja odwołań bibliograficznych.	K_W05, K_W08, K_U03, K_U07, K_U08 K_U10, K_K02
39.	Praktyczne aspekty prawa	Wstęp do prawa cywilnego. Podmioty i przedmioty prawa. Pełnomocnictwo. Własność a posiadanie. Przedawnienia, itp. Pracownik w firmie, wybrane zagadnienia z prawa pracy. Wybrane zagadnienia z prawa rodzinnego i opiekuńczego z elementami prawa spadkowego. Wybrane zagadnienia z prawa administracyjnego. Wybrane zagadnienia z postępowania administracyjnego.	K_W10, K_U03, K_K01
40.	Prawo autorskie	Wprowadzenie do prawa autorskiego. Przedmiot ustawy. Pojęcie dzieła i opracowania. Podmiot ustawy. Uprawnienia i obowiązki współtwórców. Pojęcie dzieła zbiorowego.	K_W10, K_U03, K_K01

		Prawa osobiste. Prawa majątkowe. Ochrona praw autorskich. Wygasanie praw majątkowych. Dozwolony użytek. Prawo autorskie w Internecie. Organizacje zbiorowego zarządzania prawami autorskimi.	
41.	Prawo w Internecie	Źródła prawa autorskiego oraz prawa Internetu – krajowe, unijne, międzynarodowe. Ochrona i naruszenie praw własności intelektualnej w Internecie – zagadnienia wprowadzające. Ochrona i naruszenia praw autorskich w sieci. Dozwolony użytek w sieci. Odpowiedzialność za naruszenie praw autorskich w sieci. Ochrona programów komputerowych.	K_W10, K_U03, K_K01
42.	Projektowanie grafiki (rastrowa i wektorowa)	Rastrowa i wektorowa grafika komputerowa. Wykorzystanie narzędzi komputerowych w projektowaniu graficznym. Ocena jakościowa projektów graficznych.	K_W01, K_U04, K_K05
43.	Przedmiot do wyboru	Problematyka wybranych form lub typów publikacji mieszczących się w zakresie uniwersum piśmiennictwa. Analiza funkcji, wartości informacyjnych, walorów estetycznych w ujęciu historycznym i/lub współczesnym.	K_W05, K_U04, K_K02
44.	Przedmiot do wyboru	Szczegółowa analiza wybranych aspektów publikowania w ujęciu historycznym i/lub współczesnym. Doskonalenie znajomości procesów wytwarzania i dystrybuowania komunikatów określonego typu.	K_W05, K_U04, K_K02
45.	Przedmiot do wyboru	Wybrane kulturowe aspekty komunikacji z uwzględnieniem określonych uwarunkowań przestrzennych, czasowych, językowych, technologicznych.	K_W06, K_U05, K_K02
46.	Przedmiot do wyboru	Poszerzanie wiedzy i doskonalenie umiejętności w zakresie wybranych zjawisk związanych z funkcjonowaniem na współczesnym rynku pracy.	K_W09, K_U11, K_K01
47.	Przetwarzanie danych w procesie digitalizacji	Etapy procesu informacyjnej digitalizacji edytorskiej. Omówienie działania wybranego programu do pracy z tekstem odręcznym i starodrukami. Przygotowanie materiału źródłowego (edycja plików po skanowaniu). Rozpoznanie tekstu (OCR) w programie ABBYY FineReader. Eksport do formatów prezentacyjnych (PDF, EPUB, DOC). Edycja plików PDF oraz EPUB: generowanie spisu treści, przygotowanie metadanych i ostatecznych plików prezentacyjnych.	K_W02, K_W05, K_W06, K_U01, K_U04, K_U09, K_K01, K_K04
48.	Redakcja i korekta tekstu	Tekst jako spójny twór językowy. Kompozycja i segmentacja tekstu. Kryteria i zasady poprawności językowej. Zasady opracowania redakcyjnego i korekty tekstów w języku polskim. Opracowanie redakcyjne różnych typów tekstu.	K_W05, K_U07, K_U08, K_K04
49.	Rynek książki w Polsce i na świecie	Geografia globalnego rynku książki (kraje liderów, sektory, najważniejsze podmioty, stowarzyszenia branżowe). Historia przemian na globalnym rynku książki („Wielka Piątka” – historie wydawnicze, przemiany formatów, łańcuchy dystrybucji, różne modele	K_W05, K_W07, K_U01, K_U06, K_K02

		wydawnicze, narzędzia promocji książki). Polski rynek książki wczoraj i dziś (struktura, dystrybucja, promocja i czytelnictwo).	
50.	Rynek wydawniczy – aspekty praktyczne	Źródła informacji o polskim rynku wydawniczym. Rok 1989 jako początek kształtowania się komercyjnego rynku książki. Umowy autorskie. Kalkulacja publikacji. Kalkulatory online.	K_W03, K_U01, K_U05, K_U09, K_K01
51.	Rynek wydawniczy w anglojęzycznych zasobach internetowych	Rynek książki i e-książki w różnych krajach, sektory, tendencje. Zmiany w procesie wydawniczym. Self-publishing. Nowi gracze na rynku książki. Bestsellery. Ukształtowanie edytorskie współczesnych publikacji.	K_W02, K_W03, K_U01, K_U03, K_U05, K_U06, K_U08, K_U10, K_K02
52.	Seminarium licencjackie	Specyfika pracy naukowej. Wybór problemu badawczego. Metodologia. Etyka pracy naukowej. Źródła informacji. Selekcja i interpretacja źródeł. Struktura pracy, konspekt. Tezy pracy i pytania badawcze. Zasady edytorskie. Aparat pomocniczy.	K_W01, K_W02, K_W04, K_W05, K_W08, K_W10, K_U01, K_U03, K_U04, K_U06, K_U07, K_U10, K_U11, K_K01, K_K02
53.	Sieciowe środowisko pracy	Współpraca z wykorzystaniem narzędzi sieciowych. Kategorie aplikacji wspierających współpracę zespołową. Prawa dostępu i bezpieczeństwo danych w środowisku sieciowym. Współtworzenie i zarządzanie harmonogramami. Narzędzia komunikacji. Narzędzia zarządzania projektami.	K_W07, K_W09, K_U09, K_U12, K_K03
54.	Społeczne oddziaływanie mediów	Publiczność medialna (typy, potrzeby i zachowania). Funkcje mediów z perspektywy uczestników procesów komunikacyjnych. Teorie i koncepcje oddziaływania mediów. Użytkowanie mediów a umysłowość człowieka. Afektywne aspekty użytkowania mediów. Miejsce mediów w określonych zbiorowościach społecznych (społeczeństwo konsumpcyjne, społeczeństwo informacyjne, społeczeństwo sieciowe itp.). Media cyfrowe jako narzędzia manipulacji i dewastacji relacji społecznych.	K_W04, K_W07, K_U01, K_U07, K_U08, K_K03
55.	Społeczności współpracy - Wikipedia	Historia i filary Wikipedii. Role i hierarchia użytkowników. Wikimedia Commons i prawa autorskie. Interfejs. Tworzenie i edytowanie haseł – zalecenia edycyjne. Wikietykieta. Porównanie jakości haseł na różnych wersjach językowych Wikipedii.	K_W05, K_U01, K_U05, K_U07, K_U09, K_K01, K_K04
56.	Techniki wywierania wpływu	Manipulacja, perswazja i wywieranie wpływu – definicje. Etyczne aspekty manipulacji i perswazji. Podstawowe mechanizmy wywierania wpływu. Zasady perswazji według Roberta Cialdiniego. Język i obraz – narzędzia wywierania wpływu. Wywieranie wpływu jako celowe oddziaływanie na zachowania i postawy odbiorców na przykładzie rynku książki. Wybrane narzędzia wywierania wpływu w mediach cyfrowych.	K_W02, K_U01, K_U06, K_U12
57.	Twórcze pisanie – warsztaty	Normy poprawnościowe i stylistyczne języka polskiego. Normy gatunkowe tekstów publicystycznych i literackich. Podstawy właściwej kompozycji tekstów i prowadzenia	K_W02, K_W05, K_U06, K_U07, K_U08, K_K01, K_K02

		narracji. Współczesna twórczość kulturalna (literatura, filmy, gry, muzyka, teatr). Charakterystyka współczesnych odbiorców.	
58.	UI/UX - User Interface/User Experience	Projektowanie optymalnie użytecznych systemów UX z uwzględnieniem narzędzi technologicznych oraz potrzeb odbiorców produktu cyfrowego (User Experience Design). Prowadzenie badań jakościowych i ilościowych, budowanie strategii produktu cyfrowego.	K_W02, K_W05, K_U02, K_K05
59.	Webwriting	Zasady tworzenia tekstów użytkowych przeznaczonych do publikacji w sieci. Różnice (językowe, kompozycyjne, formalne) między publikacjami przeznaczonymi do internetu a tradycyjnymi. Najczęściej popełniane w komunikacji internetowej błędy. Charakterystyka warunków tekstów internetowych. Webwriting a marketing internetowy.	K_W05, K_W08, K_U04, K_U08, K_K01
60.	Wiedza o kulturze	Wykład: Kultura – historia pojęcia, podstawowe definicje, szerokie i wąskie ujęcie kultury. Teoria kultury oraz proces rozwoju antropologii kulturowej. Historyczne i współczesne metody i narzędzia służące badaniu kultury. Kultura, kontrkultura, subkultura. Stereotypy i uprzedzenia jako zjawiska kulturowe. Współczesna kultura popularna.	K_W01, K_W02, K_U02, K_U06, K_K04
61.	Wiedza o kulturze	Konwersatorium: Sposoby rozumienia pojęcia kultura w procesie kształtowania się szkół antropologicznych. Człowiek jako wytwór i twórca kultury. Proces formowania tożsamości kulturowej. Wielokulturowość, globalizacja i hybrydy kulturowe. Praktyczne badania kultury, jej przejawów i elementów.	K_W02, K_W09, K_U02, K_U04
62.	Wizualizacja treści	Zwrot wizualny w kulturze i rola obrazu we współczesnym dyskursie. Dobór, weryfikacja i interpretacja danych do wizualizacji. Rodzaje wizualizacji. Współczesne tendencje w wizualizacji danych i informacji. Wybrane metody narzędzia wizualizacji. Praca nad treścią i ukształtowaniem edytorskim wizualizacji.	K_W05, K_W07, K_U01, K_U09, K_K04
63.	Wprowadzenie do pracy naukowej	Rodzaje i struktura publikacji naukowych. Prawo autorskie i etyka w pisaniu tekstów naukowych. Etapy pracy nad tekstem naukowym. Metody gromadzenia i opracowania materiału badawczego. Zasady redagowania tekstu naukowego.	K_W03, K_W08, K_W10, K_U01, K_U02, K_U04, K_U08, K_K01
64.	Współczesna grafika użytkowa	Pojęcie grafiki użytkowej, jej typologia i funkcje. Grafika wydawnicza (w różnych typach edycji np. literatura piękna, podręczniki, książki informacyjne, książki użytkowe, czasopisma, książka dla dzieci, książka obrazkowa). Grafika reklamowa/ilustracja w biznesie (zastosowanie, współczesne trendy). Twórczość współczesnych uznanych polskich artystów grafików.	K_W02, K_U06, K_U08, K_U11, K_K03
65.	Wstęp do marketingu	Podstawowe pojęcia marketingu. Zadania zarządzania marketingowego. Analiza rynku konsumenckiego i rynku przedsiębiorstw. Budowanie i pozycjonowanie marki. Ustalanie strategii produktu i strategii cenowych. Zarządzanie komunikacją masową i komunikacją osobistą.	K_W02, K_U01, K_U08, K_U12, K_K05

66.	Wyszukiwanie informacji	Wprowadzenie do problematyki (podstawowa terminologia, prekursorzy). Problemy związane z wyszukiwaniem informacji (m.in. przeciążenie informacyjne, problem filtracji danych, bańki informacyjne). Architektura informacji i jej wpływ na sposoby wyszukiwania informacji. Metadane i ich znaczenie w procesie wyszukiwania informacji. Wyszukiwarki internetowe, semantyczne, wertykalne. Klasyczne strategie wyszukiwawcze i ich przydatność we współczesnym środowisku sieciowym. Multiwyszukiwarki i narzędzia typu discovery. Formułowanie zapytań informacyjnych i kategoryzowanie treści. Właściwy dobór i selekcja zarówno źródła, jak i strategii wyszukiwawczej do rozwiązania problemu.	K_W05, K_W08, K_U01, K_U3, K_K01
67.	Zarządzanie kolekcjami e-dokumentów	Wykład: Geneza i rozwój zorganizowanych form udostępniania zbiorów publikacji cyfrowych. Strategie tworzenia sieciowych kolekcji dokumentów elektronicznych (biblioteki cyfrowe, repozytoria Open Access itp.). Problemy terminologiczne i definicyjne zbiorów piśmiennictwa cyfrowego. Procesy digitalizacji dokumentów. Zagadnienia prawne i marketingowe związane z sieciowym udostępnianiem zbiorów bibliotecznych. Ocena jakości i funkcjonalności kolekcji cyfrowych.	K_W02, K_W05, K_W08, K_U04, K_U09, K_K03
68.	Zarządzanie kolekcjami e-dokumentów	Laboratorium: Archiwizacja zasobów internetowych. Systemy zarządzania bibliotekami cyfrowymi i repozytoriami – wybrane przykłady. Zarządzanie własną kolekcją dokumentów elektronicznych na wybranej platformie.	K_W05, K_U04, K_U09, K_K04
69.	Zasoby informacji	Definicje podstawowych pojęć. Typologie zasobów informacyjnych. Zasoby informacji przydatne w branżach związanych z informacją i mediami – ich zawartość, struktura, wartość informacyjna. Elektroniczne i drukowane źródła bibliograficzne, katalogowe i faktograficzne o zasięgu krajowym i międzynarodowym. Otwarte i licencjonowane zasoby oferujące dostęp do pełnych tekstów. Portale branżowe o tematyce wydawniczej, medialnej i informacyjnej.	K_W03, K_W05, K_U02, K_U04, K_K03