

Program studiów - studia II stopnia na kierunku logistyka i administrowanie w mediach dla rozpoczynających studia w roku akademickim 2015/2016

Rok studiów: I

l.p.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć- liczba godzin						Razem - liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia	Wskazanie zajęć w których studenci uczestniczą w badaniach	Status modułu	
		W	K	S	Ć	L	Wr						Pr
I semestr													
1	Konwersatorium w j. angielskim		30						30	4	Egz.	Pr	Ograniczonego wyboru
2	Ekonomia przedsiębiorstwa mediowego	16			30				46	4	W – Egz. Ć – Zal.		Ograniczonego wyboru
3	Gatunki i formy dziennikarskie mediach		30						30	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
4	Europejskie systemy mediowe - prawo i instytucje	30							30	4	Egz.		Obowiązkowe
5	Organizacja pracy menedżera		24						24	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
6	Propedeutyka informatyki	30							30	4	Egz.		Obowiązkowe
7	Prawo "o sieci"	10							10	3	Zal/o		Obowiązkowe
8	Wykład ogólnouniwersytecki	30							30	3	Zal/o		Swobodny wybór
II semestr													
9	Konwersatorium w j. angielskim		30						30	4	Egz.		Ograniczonego wyboru
10	Zarządzanie produkcją i usługami	18			30				48	4	W – Egz. Ć – Zal.	Pr	Ograniczonego wyboru
11	Prawo gospodarcze (w tym upadłościowe i naprawcze)		24						24	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
12	Edytory multimediów				30				30	4	Zal/o	Pr	Ograniczonego wyboru
13	Reklama online	30							30	4	Egz.		Obowiązkowe
14	Technologie mediów		24						24	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
15	Analiza statystyczna w badaniach społecznych		14						14	3	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
16	Wykład ogólnouniwersytecki	30							30	3	Zal/o		Swobodny wybór
Łącznie								460	60				

Wymagania etapowe:

Warunkiem uzyskania zaliczenia I roku jest:

Uzyskanie 34 pkt. ECTS za realizację modułów obowiązkowych

Uzyskanie 26 pkt. ECTS za realizację przedmiotów do wyboru, w tym:

moduły swobodnego wyboru - 6 pkt. ECTS

moduły ograniczonego wyboru - 20 pkt. ECTS

Rok studiów: II

l.p.	Nazwa przedmiotu	Forma zajęć- liczba godzin						Razem - liczba godzin	Punkty ECTS	Forma zaliczenia	Wskazanie zajęć w których studenci uczestniczą w badaniach	Status modułu
		W	K	S	Ć	L	Wr					
III semestr												
1	Użyteczność danych sieciowych	30						30	5	Egz.		Obowiązkowe
2	Nowoczesna organizacja i procesy zarządzania firmą mediową	24			30			54	5	W – Egz. Ć – Zal.	Pr	Ograniczonego wyboru
3	Multimedia				30			30	4	Zal/o	Pr	Ograniczonego wyboru
4	Nowe media (media mobilne - usługi komercyjne w sieci) - funkcje i wykorzystanie				30			30	4	Zal/o	Pr	Ograniczonego wyboru
	Oprogramowanie do zarządzania				30			30	4	Zal/o	Pr	Ograniczonego wyboru
5	Specjalizacja zarządzanie i marketing w mediach cz. I		60					60	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
	Specjalizacja zarządzanie nowymi technologiami w mediach cz. I											
6	Proseminarium dyplomowe		30					30	4	Zal	Pr	Obowiązkowe
IV semestr												
7	Zarządzanie kryzysowe /zarządzanie ryzykiem/ bezpieczeństwo IT		30					30	3	Egz.	Pr	Obowiązkowe
8	RTV w internecie		30					30	3	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
9	Zarządzanie projektami internetowymi		30					30	3	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
11	Specjalizacja zarządzanie i marketing w mediach cz. II		60					60	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
	Specjalizacja zarządzanie nowymi technologiami w mediach cz. II											
12	Psychologia biznesu medialnego		30					30	4	Zal/o	Pr	Obowiązkowe
13	Praktyki						3 miesiące		8	Zal.	Pr	Obowiązkowe
14	Seminarium dyplomowe			30				30	5	Zal.	Pr	Ograniczonego wyboru

15	Egzamin dyplomowy							0	0	Egz.		Obowiązkowe
Łącznie								534	60			
<p>Wymagania etapowe: Warunkiem uzyskania zaliczenia II roku jest: Uzyskanie 22 pkt. ECTS za realizację modułów obowiązkowych Uzyskanie 38 pkt. ECTS za realizację przedmiotów do wyboru, w tym: moduły swobodnego wyboru - 0 pkt. ECTS moduły ograniczonego wyboru - 38 pkt. ECTS (w tym: 5 pkt. ECTS za seminarium magisterskie i 0 pkt. ECTS za egzamin magisterski)</p>												
<p>Legenda: W – wykład K – konwersatorium S – seminarium Ć – ćwiczenia Wr – warsztaty Pr – praktyki Podstawowy – przedmioty w ramach zajęć z zakresu nauk podstawowych, do których odnoszą się efekty kształcenia dla określonego kierunku</p>												

Przedmioty w ramach specjalizacji zarządzanie i marketing w mediach:

- Retoryka praktyczna negocjacje kultura języka
- Teoria i praktyka komunikacji społecznej
- Public relations
- Źródła dokumentacji multimedialnej

Przedmioty w ramach specjalizacji zarządzanie nowymi technologiami w mediach:

- Konstrukcja i użyteczność stron i aplikacji internetowych
- Zastosowanie urządzeń mobilnych w mediach
- Bazy danych
- Użyteczność i dostępność produktów sieciowych

Praktyki zawodowe zostały przewidziane w programie studiów jako zajęcia obowiązkowe ograniczonego wyboru, realizowane na I i II roku studiów w wymiarze nie mniej niż 3 miesiące. Praktyki mogą być odbywane jednorazowo (u jednego pracodawcy), w pełnym wymiarze, bądź też podzielone na kilka etapów (realizowane u kilku pracodawców), z zastrzeżeniem, że wymiar każdej z praktyk nie może być niższy niż 120 godz. W uzasadnionych przypadkach praktyki mogą być realizowane w trakcie przerw semestralnych.