

PLAN MODUŁU SPECJALNOŚCI
Cyberkulturoznawstwo i przemysły kreatywne
 Studia stacjonarne II stopnia 2022/2023

Semestr 1

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Przemysły kreatywne: od idei do produktu	10	14						24	E	2
Psychologia społeczna	15	15						30	E	3
Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa	6	10						16	OC	1
Podstawy zarządzania projektem	8	8						16	OC	1
Prawne aspekty działalności kulturalnej, reklamowej, medialnej i biznesowej	10							10	OC	1
SUMA	49	47						96		8

Semestr 2

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Zarządzanie organizacją medialną	12	12						24	OC	2
Teoria przekładu intersemiotycznego i intermedialnego	16							16	OC	1
Analiza trendów rynkowych	10	10						20	OC	2
Zarządzanie wizerunkiem i PR	10	12						22	OC	2
Sztuka cyfrowa: rynki, praktyki, strategie	10	10						20	OC	2
SUMA	58	44						102		9

Semestr 3

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Systemy medialne i ekologia mediów	14							14	OC	1
Analiza doświadczenia użytkowników (<i>user experience analysis</i>)	6	10						16	OC.	1
Muzyka i nowe media	6	10						16	OC	1
Zarządzanie treścią w serwisach internetowych	14							14	OC	1
Przemysł gier komputerowych	6	10						16	OC	1
<i>Content marketing</i>		20						20	OC	2
SUMA	46	50						96		7

Pozostałe zajęcia

nazwa praktyki	Godz.	Tyg.	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Praktyka NIECIAĞŁA w instytucji kultury lub w mediach	60	Realizacja w semestrze III	ZAL	2

Semestr 4

Zajęcia dydaktyczne - obligatoryjne

nazwa kursu	godziny kontaktowe							E/-	punkty ECTS	
	W	zajęć w grupach					E-learning			razem
		A	K	L	S	P				
Digital storytelling	8	10						18	OC	1
Fotografia artystyczna		12						12	OC	1
Zarządzanie komunikacją organizacji	6	10						16	OC	1
Spółeczno-kulturowe uwarunkowania przekazów medialnych		12						12	OC	1
Współczesne badania recepcji tekstów kultury	6	6						12	OC	1
SUMA	20	50						70		5