

Fotografia w nowych mediach

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 14NMKN.21K.11140.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski	
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski	
Okres Rok 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy na temat zasad wykorzystania fotografii w internecie
C2	Zapoznanie z gatunkami fotograficznymi stosowanymi w nowych mediach
C3	Przedstawienie standardów technicznych form fotograficznych
C4	Przygotowanie do samodzielnego planowania i tworzenia kreacji wizualnej

Wymagania wstępne

Brak

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna techniczne aspekty fotografii reportażowej, potrafi wskazać jej różnice względem fotografii książkowej, podróżniczej i newsowej. Dostrzega aspekty celowej kreacji zdjęć reporterskich, odróżnia kreacje od fotografii odautorskiej tworzonej przez użytkowników na platformach social media	NMK_K2_W01, NMK_K2_W02, NMK_K2_W03, NMK_K2_W05	Kolokwium pisemne
W2	Zna techniczne aspekty produkcji vlogowej i potrafi porównać ją z zakresem produkcji komercyjnej. Zna zastosowanie popularnych zabiegów technicznych, analizuje granice pomiędzy fotografią komercyjną a stylizowaną na vlogową.	NMK_K2_W09, NMK_K2_W10, NMK_K2_W11	Kolokwium pisemne
W3	Odróżnia celowe zabiegi w kreacji produktowej od przypadkowych. Zna sztandarowe przykłady strategii komunikacji reklamowej w fotografii znanych marek.	NMK_K2_W08, NMK_K2_W09, NMK_K2_W10, NMK_K2_W11	Kolokwium pisemne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Student potrafi wymienić gatunki fotografii reklamowej, zna techniki ich powstawania oraz zastosowanie.	NMK_K2_U01, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04, NMK_K2_U07	Projekt
U2	Potrafi w praktyczny sposób zastosować dostępne zabiegi do tworzenia kreacji brandowych.	NMK_K2_U07, NMK_K2_U08, NMK_K2_U09, NMK_K2_U11	Projekt
U3	Przedstawia przykłady kreacji i omawia aspekty prawne w kampaniach reklamowych dużych marek, stworzonych na zasadzie kontrowersyjnych fotomontaży. Potrafi scharakteryzować język kultury memów w Internecie.	NMK_K2_U01, NMK_K2_U02, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04	Projekt
U4	Analizuje i opiniuje wpływ trendów influencerskich na rynek fotografii, potrafi zastosować i rozróżnić różne formy nowoczesnego product placement obecnego w platformach social media.	NMK_K2_U02, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04, NMK_K2_U06, NMK_K2_U07	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Gatunki i ich zakresy: fotografia reporterska, komercyjna (np. packshotowa, reklamowa, fashion, food, automotive).	W1, W2, W3	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
2.	Kultura social media w trendach fotografii. Granice między fotografią profesjonalną a amatorską, brandową a personalną.	U1	Ćwiczenia
3.	Fotografia influencerska: zdjęcia aranżacyjne, foodowe i współczesne narzędzia product placement.	W1, U3, U4	Ćwiczenia
4.	Techniczne aspekty: fotografia cyfrowa a filtry i szablony stylizacji w kreacjach marek	W1, W2, U3	Ćwiczenia
5.	Fotografia reporterska w serwisach internetowych i social media.	W3, U2, U3	Ćwiczenia
6.	Fotomontaż i kultura memów jako język komunikacji.	W1, U2, U3, U4	Ćwiczenia
7.	Wykorzystanie wizerunku znanych osób i motywów w fotomontażach współczesnych kampanii reklamowych.	W3, U2	Ćwiczenia
8.	Różnice w produkcji fotograficznej komercyjnej a vlogowej.	W2, W3, U3, U4	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

- Schuy E., Fotografia produktowa, Łódź 2017.
- Kaczmarczyk M., Szkoła memów. W stronę dydaktyki ewolucyjnej, Gliwice 2018

Dodatkowa

- A., Zrozumieć social media, Gliwice 2020
- Cyd L., Instagram i fotografia, Ożarów 2018.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	10
Przygotowanie projektu	25
Przygotowanie do zaliczenia	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
NMK_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
NMK_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym redakcji, działów odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne, reklamę i marketing w organizacjach komercyjnych i niekomercyjnych oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
NMK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
NMK_K2_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać różne prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce pozostającej w zainteresowaniu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, szczególnie w kwestii nowych mediów
NMK_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych w nowych mediach, zagrożeń w przestrzeni internetowej dotyczącej komunikowania
NMK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o bezpieczeństwie
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i internetu, a także procesów w nich zachodzących i identyfikowania rządzących nim prawidłowości
NMK_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę nowych mediów, internetu i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji
NMK_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców nowych mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług
NMK_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie znaczenie nowych technologii komunikacyjnych w funkcjonowaniu organizacji i sposobach pracy w redakcjach, działach odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne instytucji komercyjnych i niekomercyjnych, a także sposoby prowadzenia działalności gospodarczej w przestrzeni internetowej