



UNIwersytet
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Fotografia w nowych mediach

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność -		Kod zajęć 14NMKS.22K.11140.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski		
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski		
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 15, 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	15
Przygotowanie projektu	25
Przygotowanie do zaliczenia	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
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