

PROJEKT MEDIALNY

Kod przedmiotu: 05.1-WP-PED-PrM

Typ przedmiotu: obowiązkowy

Język nauczania: polski

Odpowiedzialny za przedmiot: dr Jacek Jędryczkowski

Prowadzący: dr Jacek Jędryczkowski

Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze	Liczba godzin w tygodniu	Semestr	Forma zaliczenia	Punkty ECTS
Studia stacjonarne					4
Laboratorium	30	2	3	Zaliczenie z oceną	
Studia niestacjonarne					
Laboratorium	18	2	3	Zaliczenie z oceną	

CEL PRZEDMIOTU:

Wyposażenie studenta w umiejętności i kompetencje z zakresu: projektowania (oraz realizacji) mediów o charakterze promocyjnym i edukacyjnym (audycja radiowa, film lub multimedialna witryna internetowa zawierająca nagrania audio i wideo). Projektowanie i realizacja multimediów o charakterze promocyjnym i edukacyjnym.

Zaopatrzenie w kompetencje umożliwiające planowanie i realizację projektu, z zastosowaniem elektronicznych form upogładowienia.

Przekazanie wiadomości dotyczących zasad projektowania (wystąpienia, pokazu, kampanii promocyjnej lub reklamowej): taksonomia celów; treści kształcenia; wymagania; planowanie pracy.

Wyposażenie w kompetencje umożliwiające wizualizację i upogładowienie treści przekazu. Projektowanie i realizacja multimediów o ściśle określonej tematyce i zawartości.

WYMAGANIA WSTĘPNE:

Podstawowe informacje z zakresu przedmiotów: technologie informacyjne, multimedialne technologie informacyjne lub multimedialny warsztat pedagoga.

ZAKRES TEMATYCZNY PRZEDMIOTU:

1. Metoda projektów. Zasady projektowania.
2. Projektowanie procesu edukacyjnego, kampanii promocyjnej lub wystąpienia oraz mediów edukacyjnych. Proces i przedmiot projektowania.
3. Formułowanie problemów i celów. Hipotetyczny opis jednostki dydaktycznej / kampanii i stosowanego w jej ramach medium.
4. Analiza zadania. Gromadzenie danych. Określenie funkcji projektowanego medium. Założenia konstrukcyjne, a możliwości realizacyjne (dostępne środki).
5. Planowanie – konspekt jednostki dydaktycznej / kampanii. Dokumentacja medium: instrukcja metodyczna, scenariusze i scenopisy.
6. Opracowanie (i zatwierdzenie) dokumentacji oraz zawartości merytorycznej projektowanego, medium.

7. Przygotowanie praktycznej realizacji projektu. Przygotowanie zaplecza, zgromadzenie i przetestowanie niezbędnych aplikacji.
8. Opracowanie koncepcji / struktury hipertekstowej medium– zgodnie z założeniami jednostki dydaktycznej / kampanii oraz przyjętym scenariuszem.
9. Realizacja multimedialnych komponentów medium (tekst, grafika, animacja, filmy, interakcje, hipertekst).
10. Ocena projektów. Pokaz i prezentacja dokumentacji oraz mediów.

METODY KSZTAŁCENIA:

Pokaz, demonstracja, praca z książką (samodzielne korzystanie z multimedialnych kursów online: blended learning oraz e-learning), metoda zajęć praktycznych, metoda laboratoryjna, metoda projektów.

EFEKTY KSZTAŁCENIA:

K_W05	<ul style="list-style-type: none"> - Omawia uwarunkowania psychologiczne stanowiące teoretyczne podstawy realizacji multimediiów (sposoby oddziaływania w świetle wybranych teorii). - Omawia zasady projektowania procesu dydaktycznego oraz mediów edukacyjnych.
K_W16	<ul style="list-style-type: none"> - Student przestrzega praw autorskich oraz szanuje cudzą własność intelektualną, szczególnie podczas projektowania i realizacji multimediiów. - Stosuje podstawowe sposoby tworzenia przypisów i odsyłaczy bibliograficznych. - Ocenia, czy licencja danej aplikacji zezwala swobodne wykorzystanie w ramach realizowanego projektu.
K_U10	<ul style="list-style-type: none"> - Student w określonej sytuacji dydaktycznej wskazuje sytuację problemową wymagającą upogładowienia. - Formuluje problemy i cele oraz tworzy hipotetyczny opis jednostki dydaktycznej (kampanii promocyjnej lub reklamowej) oraz medium ułatwiającego realizację zakładanych celów jednostki dyd. lub kampanii. - Określa funkcje hipotetycznego medium oraz jego założenia konstrukcyjne. - Planuje jednostkę dydaktyczną / kampanię oraz tworzy dokumentację medium (konspekty, instrukcja metodyczna, scenariusze, scenopisy itp.). - Samodzielnie tworzy komponenty multimedialne. - Konstruuje (zgodnie z przyjętymi uprzednio w projekcie założeniami) odpowiednie multimedia. Stosuje w tym celu samodzielnie opracowane komponenty. - Konstruując własne przekazy multimedialne respektuje założenia prawa autorskiego. Stosuje odpowiednie przypisy i odsyłacze bibliograficzne.
K_K05	<ul style="list-style-type: none"> - Projektuje proces dydaktyczny (kampanię promocyjną lub wystąpienie) z uwzględnieniem wykorzystania istniejących lub samodzielnie realizowanych mediów. - Dostosowuje do napotkanej sytuacji dydaktycznej odpowiednią formę oddziaływania multimedialnego. - Odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania pedagogiczne (projektowanie dydaktycznego procesu edukacyjnego, projektowanie mediów edukacyjnych na potrzeby ściśle określonych sytuacji dydaktycznych, realizacja mediów edukacyjnych).

WERYFIKACJA EFEKTÓW KSZTAŁCENIA I WARUNKI ZALICZENIA:

Wiedza teoretyczna zdobywana podczas zajęć oraz samodzielnej pracy z książką lub kursem online będzie sprawdzana z zastosowaniem testu z progami punktowymi. Umiejętności praktyczne oraz kompetencje społeczne będą weryfikowane na podstawie oceny jakości projektów – progi punktowe.

Zaliczenie z laboratorium: zaliczenie wszystkich podlegających ocenie zadań i prac.

Ocena ostateczna: średnia arytmetyczna wszystkich ocen.

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA:

	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach:	30 godz.	18 godz.
Przygotowanie do zajęć	15 godz.	27 godz.
Wykonanie projektów	45 godz.	45 godz.
Konsultacje	10 godz.	10 godz.
Łącznie 100 godz. – 4 ECTS		
Zajęcia udziałem nauczyciela akademickiego	1,5 ECTS	1 ECTS
Zajęcia o charakterze praktycznym	2,5 ECTS	3 ECTS

LITERATURA PODSTAWOWA:

1. Baron-Polańczyk E., *Multimedialne materiały dydaktyczne. Projektowanie i wykorzystanie w edukacji techniczno-informatycznej*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra, 2006.
2. Gagné R. M., Briggs L. J., Wager W., *Zasady projektowania dydaktycznego*, WSiP, Warszawa 1992
3. Jędryczkowski J., *Prezentacje multimedialne w pracy nauczyciela*, Oficyna Wydawnicza Uniwersytetu Zielonogórskiego, Zielona Góra 2008.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA:

1. Barnes K. *Wywieranie wpływu. Ćwiczenia*, GWP, Gdańsk 2005.
2. Bednarek J., *Multimedia w kształceniu*, Mikom, Warszawa, 2008.
3. Budzyński W., *Reklama. Techniki skutecznej perswazji*, Poltext, Warszawa 2005.
4. Doliński D., *Psychologia reklamy*, Wyd. A.R. „Aida” S.C., Wrocław 2001.
5. Jędryczkowski J. (2005) Prezentacje multimedialne w procesie uczenia się studentów. Toruń, Wyd. Adam Marszałek.
6. Laermer R., Prichinello M. *Public Relations*, GWP, Gdańsk 2004.
7. Leary M., *Wywieranie wrażenia na innych. O sztuce autoprezentacji*, GWP, Gdańsk 2005.
8. Smid W., *Język reklamy w komunikacji medialnej*, CeDeWu.pl Wydawnictwa Fachowe, Warszawa 2008.
9. Strykowski W., *Wstęp do teorii filmu dydaktycznego*, Wyd. UAM, Poznań 1977.
10. Stuart C., *Sztuka przemawiania i prezentacji*, Książka i Wiedza, Warszawa 2002.

UWAGI: