

NAZWA PRZEDMIOTU/MODUŁU KSZTAŁCENIA:

Seminarium dyplomowe Design i Strategia Marketingu Cyfrowego

Kod przedmiotu: MM06

Rodzaj przedmiotu: z zakresu

Zakres: Design i Strategie Marketingu Cyfrowego

Wydział: Informatyki

Kierunek: Grafika

Poziom studiów: drugiego stopnia – VII poziom PRK

Profil studiów: praktyczny

Forma studiów: stacjonarne/niestacjonarne

Rok: II

Semestr: 3, 4

Formy zajęć i liczba godzin:

Forma stacjonarna

Seminarium – 120 (60 + 60);

Forma niestacjonarna

Seminarium – 50 (24 + 26);

Język/i, w którym/ch realizowane są zajęcia: język polski.

Liczba punktów ECTS: 6 (3 + 3)

Osoby prowadzące:

wykład:

seminarium:

1. Założenia i cele przedmiotu:

Celem przedmiotu jest przygotowanie magisterskiej pracy dyplomowej zgodnie z wymaganiami regulaminu studiów. Zajęcia mają na celu zapoznanie studentów z etapami przygotowania pracy dyplomowej, jej elementami składowymi oraz dokumentacją wymaganą do przystąpienia do obrony. Szczególny nacisk kładziony jest na strategię marketingowe w mediach cyfrowych oraz ich zastosowanie w praktyce projektowej.

2. Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymaganiami wstępnymi:

Wszystkie przedmioty kierunkowe i teoretyczne objęte programem studiów.

3. Opis form zajęć

a) Seminarium

Forma zajęć obejmuje:

1. Prezentacje założeń projektowych oraz ich konsultację z promotorem.
2. Weryfikację etapów pracy dyplomowej pod kątem zgodności z przyjętymi założeniami i standardami akademickimi.
3. Tworzenie portfolio oraz części wizualnych projektu w ramach warsztatów grupowych.
4. Redagowanie opisów oraz dokumentacji związanej z projektem.
5. Przygotowanie multimedialnych prezentacji wyników oraz materiałów egzaminacyjnych.

- **Treści programowe:**

Standardy dyplomowej artystycznej lub projektowej pracy magisterskiej.

Pierwszy semestr

1. Standardy pracy dyplomowej: Omówienie wymagań dotyczących pracy magisterskiej o charakterze artystycznym lub projektowym.
2. Określenie tematu pracy: Wybór tematu, ustalenie zakresu badań i realizacji, zatwierdzenie tytułu pracy.
3. Planowanie: Przedstawienie wstępnych planów pracy, analiza koncepcji, ustalenie harmonogramu działań.
4. Koncepcja pracy: Omówienie założeń projektowych, cele pracy, wstępne szkice i inspiracje.
5. Analiza problemów: Przedstawienie potencjalnych problemów technicznych i twórczych, wspólne poszukiwanie rozwiązań.
6. Wstępna weryfikacja: Ocena pierwszych etapów realizacji projektu przez promotora.

Efekty semestralne:

- Zatwierdzony temat pracy dyplomowej.
- Opracowany plan pracy z podziałem na etapy.
- Wstępne szkice i założenia projektu praktycznego i teoretycznego.

Drugi semestr

1. Realizacja projektu dyplomowego: Wdrożenie założeń projektu, rozwijanie części praktycznej i teoretycznej.
2. Analiza i korekta: Weryfikacja kolejnych etapów pracy, wprowadzanie poprawek zgodnie z uwagami promotora.
3. Portfolio: Przygotowanie i wybór prac do portfolio, ustalenie formy wydawniczej.
4. Opis pracy: Redakcja ostatecznej wersji opisu pracy zgodnie z wymaganiami egzaminacyjnymi.
5. Prezentacja wyników: Przygotowanie prezentacji multimedialnej oraz dokumentacji wizualnej.
6. Finalizacja: Złożenie kompletnej pracy magisterskiej, portfolio i dokumentacji.

Efekty semestralne:

- Zakończona realizacja projektu dyplomowego.
 - Gotowe portfolio i dokumentacja projektu.
 - Przygotowanie do egzaminu dyplomowego.
- **Metody dydaktyczne:**
 - Ćwiczenia seminaryjne w postaci prezentacji, omawiania i zatwierdzania koncepcji i planów realizacyjnych pracy licencjackiej, poszczególnych części i etapów praktycznej pracy magisterskiej.
 - Omawianie portfolio studenta, dokonanie wyboru prac oraz odpowiedniej formy wydawniczej.
 - Omawianie i zatwierdzanie prezentowanego podczas egzaminu dyplomowego opisu pracy oraz formy prezentacji.
 - Dyskusja z elementami prelekcji; aktywny udział studentów
 - **Forma i warunki zaliczenia:**
 - Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest uczestnictwo studenta na zajęciach i realizowanie pracy dyplomowej wg uzgodnionego planu.
 - Podstawę zaliczenia i oceny stanowi przedstawienie zrealizowanych etapów pracy, ocena ich poprawności i staranności warsztatowej oraz kreatywności użytych rozwiązań.
 - **Wykaz literatury podstawowej:**
Ustalana indywidualnie w zależności od tematu pracy dyplomowej
 - **Wykaz literatury uzupełniającej:**
Ustalana indywidualnie w zależności od tematu pracy dyplomowej

4. Opis sposobu wyznaczania punktów ECTS

a. forma stacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Seminarium	Kontakt z nauczycielem	120
	Przygotowanie roboczej wersji rozdziałów pracy dyplomowej	20
	Przygotowanie prezentacji	5
	Realizacja ostatecznej wersji pracy dyplomowej	5

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	150
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	6

a. forma niestacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
		-
		-
		-
Seminarium	Kontakt z nauczycielem	50
	Przygotowanie roboczej wersji rozdziałów pracy dyplomowej	50
	Przygotowanie prezentacji	20
	Realizacja ostatecznej wersji pracy dyplomowej	30

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	150
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	6

Wskaźniki sumaryczne

a. forma stacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 120
 - Liczba punktów ECTS – 4,8
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 120
 - Liczba punktów ECTS – 6

b. forma niestacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 50
 - Liczba punktów ECTS – 2,0
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 50
 - Liczba punktów ECTS – 6

5. Zakładane efekty uczenia się

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
MM06_W01	Projektuje szczegółowy harmonogram i zakres pracy dyplomowej, uwzględniając analizę ryzyka oraz poszczególnych etapów jego realizacji.	K_W12
MM06_W02	Integruje teoretyczne podejścia z zakresu marketingu	K_W13

	cyfrowego, uzasadniając wybór strategii komunikacyjnych w pracy dyplomowej.	
MM06_U01	Tworzy zaawansowane materiały warsztatowe (mockupy, storyboardy), testuje je w kontekście projektowym i adaptuje do wymagań użytkownika	K_U14 K_U20
MM06_U02	Przygotowuje i realizuje prezentację multimedialną, wykorzystując techniki narracyjne oraz narzędzia cyfrowe do efektywnej komunikacji wyników.	K_U15 K_U16 K_U18
MM06_K01	Posiada potrzebę ciągłego rozwoju, nauki i pogłębiania swoich umiejętności. Dokumentuje własny proces rozwoju kompetencji poprzez regularne refleksje i planowanie dalszych kroków.	K_K01
MM06_K02	Rozumie potrzebę dokonania analizy tematu, tzw. researchu przed przystąpieniem do każdego procesu projektowego, dzięki czemu potrafi w sposób zorganizowany podejść do zadań projektowych.	K_K03
MM06_K03	Wdraża korekty koncepcyjne na podstawie feedbacku, zachowując spójność estetyczną i merytoryczną finalnego projektu.	K_K04 K_K05
MM06_K04	Potrafi obiektywnie ocenić efekty swojej pracy oraz pracy innych, udzielić konstruktywnej krytyki, podjąć refleksję na tematy społeczne, naukowe i etyczne w swoich projektach.	K_K07
MM06_K05	Organizuje wystawę roboczą rezultatów seminarium, stosując zasady kompozycji wizualnej i efektywnej ekspozycji.	K_K10

6. Odniesienie efektów uczenia się do form zajęć i sposób oceny osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Forma zajęć		Sposób sprawdzenia osiągnięcia efektu
	Wykład	Seminarium	
MM06_W01	-	v	Przedstawienie planu pracy zaakceptowanego przez promotora.
MM06_W02	-	v	Esej argumentacyjny: uzasadnienie wyboru strategii marketingowej na przykładzie wybranego case study.
MM06_U01	-	v	Warsztat prototypowania: demonstracja mockupów i storyboardów oraz omówienie testów z użytkownikami.
MM06_U02	-	v	Warsztat prototypowania: demonstracja mockupów i

			storyboardów oraz omówienie testów z użytkownikami.
MM06_K01	-	v	Plany dalszego rozwoju w indywidualnych konsultacjach
MM06_K02	-	v	Prezentacja researchu: prezentacja wyników analizy źródeł i dyskusja nad ich przydatnością.
MM06_K03	-	v	Wzajemna ocena projektów z wykorzystaniem opracowanych kryteriów etycznych i ergonomicznych.
MM06_K04	-	v	Sesja peer review: wzajemna ocena projektów z wykorzystaniem opracowanych kryteriów etycznych i ergonomicznych.
MM06_K05	-	v	Próbna prezentacja własnej pracy w wyznaczonej przestrzeni.

7. Kryteria uznania osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekt jest uznawany za osiągnięty, gdy:
MM06_W01	Plan pracy zaakceptowany przez promotora.
MM06_W02	Zaakceptowany esej z odwołaniem do źródeł naukowych uzasadniając wybraną koncepcję marketingową.
MM06_U01	Prezentacja minimum dwóch mockupy i storyboardy oraz pozytywnych wyników testów z dwoma użytkownikami.
MM06_U02	Przeprowadzenie próby obrony multimedialnej.
MM06_K01	Udokumentowane w dzienniku co najmniej trzy sesje refleksji i zaplanowane kolejne etapy rozwoju kompetencji.
MM06_K02	Przygotowany raport z analizy źródeł i przedstawione rekomendacje zmian w projekcie.
MM06_K03	Weryfikacja koncepcji w kolejnych wersjach projektu zatwierdzona przez promotora.
MM06_K04	Sporządzona pisemna recenzja prac kolegów, wykorzystująca opracowane kryteria oceny i przedstawiona propozycja konkretnych usprawnień.
MM06_K05	Zorganizowanie mini-wystawy prac i udokumentowanie procesu ekspozycji.