

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Opis przedmiotu

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Dziennikarstwo ekonomiczne i konsumenckie	
2025-26_D_P_1_ST_B2_35			Economic and consumer journalism	
Język wykładowy		polski		
Rok akademicki		2025/26		
Kierunek		Dziennikarstwo		
w zakresie		-		
Poziom studiów		Studia pierwszego stopnia		
Profil studiów		Profil praktyczny		
Forma studiów		Studia stacjonarne		
Semestr / semestry		III		
Przynależność do grupy zajęć		B2. Grupa zajęć kierunkowych - do wyboru (3. Warsztaty dziennikarskie 2)		
Status przedmiotu		do wyboru		
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS
		Wykład	[h]	2 ECTS
		Ćwiczenia	[h]	
		Zajęcia warsztatowe	30 [h]	
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Kształtuje umiejętności praktyczne (profil praktyczny)		2 ECTS
	z uprawnieniami	-		0 ECTS
	z dyscypliną	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		2 ECTS
Forma nauczania		Tradycyjna – zajęcia zorganizowane w Uczelni		
Wymagania wstępne		Brak		
Jednostka prowadząca		Wydział Filologiczno-Pedagogiczny		
Koordynator		dr hab. Wiesław Macierzyński, prof. URad		
Adres strony internetowej pjo		www.wfp.uniwersytetradom.pl		
Adres e-mail, telefon koordynatora		w.macierzynski@urad.edu.pl		

EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Cel kształcenia:	Celem warsztatów jest przekazanie studentom wiedzy i umiejętności z zakresu kluczowych pojęć, procesów i funkcji instytucji finansowych i giełdowych na poziomie podstawowym ze wskazaniem powiązań teorii z praktyką dziennikarską
Treści programowe:	Zajęcia obejmują poniższe treści programowe:

	Zajęcia warsztatowe Tematyka warsztatów Pojęcie i pojęcie instytucji finansowych i giełdowych Public relations instytucji finansowych, Inwestor relations Zakres i odbiorcy działań public relations finansowego. Studium przypadku. Ocena i analiza raportów <i>Banki – zaufanie i komunikacja z klientami</i> Studium przypadku. <i>Iwestor relations w strategii spółki giełdowej.</i> <i>Analiza i ocena Ustawy papierach wartościowych i Ustawy o obrocie papierami wartościowymi.</i> Sponsoring i lobbying w public relations instytucji finansowych i giełdowych. Analiza polskiego prawodawstwa gospodarczego Uczestnictwo studentów w konferencjach prasowych i różnego rodzaju seminariach organizowanych przez instytucje giełdowe i Związek Banków Polskich. Analiza Materiałów pokonferencyjnych <i>Relacje inwestorskie – obowiązek czy przywilej spółek giełdowych.</i> GPW, Warszawa 2019/2020 Narzędzia inwestor relations i ich wykorzystanie w kształtowaniu wizerunku spółki giełdowej. Wykorzystanie inwestor relations w procesie upubliczniania spółki
Metody dydaktyczne (kształcenia):	Metoda warsztatowa oparta na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy. Studium przypadku, prezentacja multimedialna
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów uczenia się. Uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich form zajęć wchodzących w skład przedmiotu jest równoznaczne ze zdobyciem przez studenta liczby punktów ECTS przyporządkowanej temu przedmiotowi. Sposób obliczania oceny z poszczególnych form zajęć przedstawia się następująco: Zajęcia warsztatowe: Przygotowanie prezentacji multimedialnej – 50 % oceny. Aktywność na zajęciach – 50 % oceny. Aktywność na zajęciach ocenia się wg skali: - ocena bdb (5) – aktywność na 6 i więcej zajęciach, - ocena db (4) – aktywność na 4-5 zajęciach, - ocena dst (3) – aktywność na 3 zajęciach. Ocena semestralna wystawiona zgodnie z zasadą: Średnia ważona poniżej 3,0- niedostateczny (2) 3,0 -3,3 – dostateczny (3) 3,4 -3,7 – dostateczny plus (3,5) 3,8 -4,3 – dobry (4) 4,4 -4,7 – dobry plus (4,5) 4,8-5,0 – bardzo dobry (5)

Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć				Metody weryfikacji efektów uczenia się	
Numer efektu uczenia się	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do:	Kierunkowy efekt uczenia się (KEU)	Forma zajęć	Forma weryfikacji (zaliczeń)	Metody sprawdzania i oceny
W1	Zna główne zasady ekonomii, rozumie znaczenie prawa w życiu społecznym.	K_WG04	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa projektu i prezentacji multimedialnej oraz aktywności na zajęciach
W2	Posiada wiedzę z dziedziny nowych technologii, dotyczącą studiowanego obszaru, wie jak można wykorzystać komputer, Internet, media cyfrowe i mobilne w pracy	K_WG08	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa projektu i prezentacji multimedialnej

	dziennikarskiej.				oraz aktywności na zajęciach
U1	Potrafi analizować działalność mediów, zwłaszcza w wymiarze społecznym, politycznym, ekonomicznym i prawnym.	K_UW07	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa projektu i prezentacji multi-medialnej oraz aktywności na zajęciach
U2	Umie odczytywać, interpretować i tworzyć przekazy medialne różnego typu i w różnych rodzajach mediów.	K_UK09	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa projektu i prezentacji multi-medialnej oraz aktywności na zajęciach
K1	Wykorzystuje swoją wiedzę dziennikarską i umiejętności komunikacyjno-medialne w działalności na rzecz rozwoju środowiska społecznego zgodnie z interesem publicznym.	K_KO03	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa projektu i prezentacji multi-medialnej oraz aktywności na zajęciach

Literatura i pomoce naukowe	
<p>C.Chybowski, M.Kubacka, Gra na giełdzie 2.0. Podręcznik początkującego inwestora, PWN Warszawa 2025 Todd A. Finkle, Warren Buffett: inwestor i przedsiębiorca, PWN Warszawa 2024 M. Macierzyński, W. Macierzyński, Public relations instytucji finansowych i giełdowych, w: J. Olędzki (red), Public relations, PWN, Warszawa 2022 M. Macierzyński, W. Macierzyński, W. Boczoń, Media finansowe w okresie Pandemii Covid 19, red. D. Trześniowski, Wydawnictwo Uniwersytet Radomski 2024 T. Żymkowski, Kształtowanie wizerunku banku, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2003. F. Arfin, Public relations finansów, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998</p> <p>Literatura uzupełniająca</p> <p>1. Czubała A., Jonas A., Smoleń T., Wiktor J., <i>Marketing usług</i>, Wolters Kluwer – Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2006. 2. Nowacka A., Nowacki R., <i>Podstawy marketingu</i>, Difin SA, Warszawa 2009 3. Macierzyński W., <i>Komunikacja w sytuacji kryzysowej a współpraca z mediami</i>, Zeszyty Naukowe Narodowego Uniwersytetu we Lwowie, Lwów 2019</p> <p>Pomoce naukowe</p> <p>Laptop, rzutnik,</p>	

Naład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS		
Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]	
	Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta	Zajęcia dydaktyczne
Udział w ... wykładach	X	[h]
Udział w zajęciach warsztatowych	X	30 [h]
Przygotowanie do zajęć, Przygotowanie do zaliczenia	20 [h]	X
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	20 [h]/ 0,8 ECTS	30 [h]/ 1,2 ECTS
Punkty ECTS za przedmiot	2 ECTS	

Informacje dodatkowe, uwagi
<p>W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów.</p> <p>Szczegółowe zasady i formy wsparcia studentów ze szczególnymi potrzebami: w tym z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych podczas zajęć, zaliczeń i egzaminów określono w: Regulaminie Studiów, Zasadach Studiowania, Procedurze dotyczącej zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych.</p>