

# KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

## Opis przedmiotu

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Dziennikarstwo giełdowe	
UTH/F/P/DZ/B2/ST/1(l)/3Z/4			Stock journalism	
Język wykładowy		Polski		
Rok akademicki		2019/2020		
Kierunek		Dziennikarstwo		
w zakresie		Dziennikarstwo z kulturą angielską i hiszpańską Dziennikarstwo z kulturą niemiecką i rosyjską		
Poziom studiów		Studia pierwszego stopnia		
Profil studiów		Praktyczny		
Forma studiów		Stacjonarne		
Semestr / semestry		trzeci (zimowy)		
Przynależność do grupy zajęć		Grupa zajęć kierunkowych – do wyboru (B2)		
Status przedmiotu		Wybieralny		
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS
		Wykład		2 ECTS
		Ćwiczenia		
		warsztaty	30[]	
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Profil praktyczny		2 ECTS
	z uprawnieniami			0 ECTS
	z dyscypliną	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		2 ECTS
Forma nauczania		Tradycyjna – zajęcia zorganizowane na uczelni		
Wymagania wstępne		Brak		
Jednostka prowadząca		Katedra Polityki Ekonomicznej i Bankowości		
Koordynator		Dr hab. Wiesław Macierzyński prof. UTH		
Osoby prowadzące		Dr hab. Wiesław Macierzyński prof. UTH		
Adres strony internetowej pjo		<a href="http://www.wfp.uniwersytetradom.pl">www.wfp.uniwersytetradom.pl</a>		
Adres e-mail, telefon koordynatora		<a href="mailto:w.macierzynski@uthrad.pl">w.macierzynski@uthrad.pl</a> , 793 97 14 47		

**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:	<p>Tematyka warsztatów</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pojęcie i pojęcie instytucji finansowych i giełdowych [ 4h]</li> <li>2. Public relations instytucji finansowych, Inwestor relations [2h]</li> <li>3. Zakres i odbiorcy działań public relations finansowego. [2h]</li> <li>4. Studium przypadku. Ocena i analiza raportów <i>Banki – zaufanie i komunikacja z klientami</i> [4h]</li> <li>5. Studium przypadku. <i>Iwesor relations w strategii spółki giełdowej. Analiza i ocena Ustawy papierach wartościowych i Ustawy o obrocie papierami wartościowymi.</i>[3h]</li> <li>6. Sponsoring i lobbing w public relations instytucji finansowych i giełdowych. Analiza polskiego prawodawstwa gospodarczego.[2h]</li> <li>7. Uczestnictwo studentów w konferencjach prasowych i różnego rodzaju seminariach organizowanych przez instytucje giełdowe i Związek Banków Polskich.[4h]</li> <li>8. Analiza Materiałów pokonferencyjnych <i>Relacje inwestorskie – obowiązki czy przywileje spółek giełdowych</i>. GPW, Warszawa 2019/2020 [2h]</li> <li>9. Narzędzia inwestor relations i ich wykorzystanie w kształtowaniu wizerunku spółki giełdowej. [4h]</li> <li>10. Wykorzystanie inwestor relations w procesie upubliczniania spółki [2h]</li> <li>11. Studium przypadku. [1h]</li> </ol>
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:	<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów kształcenia. 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:</p> <p><b>Warsztaty</b></p> <p>Przygotowanie prezentacji multimedialnej – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach ocenia się wg skali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ocena bdb (5) – aktywność na 6 i więcej zajęciach,</li> <li>- ocena db (4) – aktywność na 4-5 zajęciach,</li> <li>- ocena dst (3) – aktywność na 3 zajęciach.</li> </ul>

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. Posiada wiedzę z dziedziny nowych technologii, dotyczącą studiowanego obszaru, wie jak można wykorzystać komputer, Internet, media cyfrowe i mobilne w pracy dziennikarskiej.	K_WG04 K_WG08			
			Warsztaty	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa prezentacji multimedialnej i aktywności na zajęciach
U1	Potrafi analizować działalność mediów, zwłaszcza w wymiarze społecznym, politycznym, ekonomicznym i prawnym. Umie odczytywać, interpretować i tworzyć przekazy medialne różnego typu i w różnych rodzajach mediów.	K_UW07 K_UK09			
			Warsztaty	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa prezentacji multimedialnej i aktywności na zajęciach
K1	Wykorzystuje swoją wiedzę dziennikarską i umiejętności komunikacyjno-medialne w działalności na rzecz rozwoju środowiska społecznego zgodnie z interesem publicznym.	K_KK03 K_KR07	Warsztaty	Zaliczenie na ocenę	Ocena jakościowa prezentacji multimedialnej i aktywności na zajęciach

	Jest przygotowany do samodzielnej pracy; powierzone zadania wykonuje starannie i terminowo				
Stopień osiągnięcia kierunkowych efektów kształcenia: W: K_WG04++, K_WG08++ U: K_UW07 +++, K_UK09++ K: K_KK03 +, K_KR07++					

Literatura podstawowa, literatura uzupełniająca, pomoce naukowe
<b>Literatura podstawowa</b> 1. M. Macierzyński, W. Macierzyński, Public relations instytucji finansowych i giełdowych, w: J. Olędzki (red), Public relations, PWN, Warszawa 2005 2. T. Żymkowski, Kształtowanie wizerunku banku, Wyd. AE w Poznaniu, Poznań 2003 3. F. Arfin, Public relations finansów, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1998 <b>Literatura uzupełniająca</b> 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

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS			
Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]		
	Inne godz. kontaktowe (IGK)	Zajęcia bez nauczyciela – praca własna studenta (ZBN)	Zajęcia dydaktyczne
Udział w wykładach	X	X	X
Samodzielne studiowanie tematyki wykładów	X	X	X
Udział w ćwiczeniach/warsztatach	X	X	30h
Samodzielne przygotowanie się do ćwiczeń/warsztatów	X	15 [h]	X
Udział w konsultacjach	3[h]	X	X
Przygotowanie do zaliczenia / egzaminu	5[h]	15[h]	X
Udział w egzaminie / zaliczeniu	2[h]	X	X
Przygotowanie prezentacji multimedialnej pod kierunkiem nauczyciela	5[h]	X	X
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta</b>	<b>15[h] / 0,6 ECTS</b>	<b>30[h] / 1,2 ECTS</b>	<b>30[h] / 1,2 ECTS</b>
<b>Punkty ECTS za przedmiot</b>	<b>2 ECTS</b>		

Informacje dodatkowe, uwagi