

I. KARTA PRZEDMIOTU

1. Nazwa przedmiotu: **METODY PREZENTACJI I PROMOCJI TECHNIKI**
2. Kod przedmiotu: **Ept**
3. Jednostka prowadząca: **Wydział Mechaniczno-Elektryczny**
4. Kierunek: **Mechatronika**
5. Specjalność: **Zastosowanie informatyki w mechatronice**
6. Moduł: **Moduł informatyki i elektroniki**
7. Poziom studiów: **II stopnia**
8. Forma studiów: **niestacjonarne**
9. Semestr studiów: **III**
10. Profil: **ogólnoakademicki**
11. Prowadzący: **dr inż. Józef Małecki**

CEL PRZEDMIOTU

C1	nabyta wiedza i umiejętności pozwolą studentowi nabyć umiejętności z zakresu zbierania, opracowywania, analizy oraz prezentacji danych naukowych zarówno jakościowych jak i ilościowych
C2	wiedza i umiejętności pozwolą na zrozumienie pojęć związanych z przekazem i komunikacją multimedialną

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

1	bez wymagań wstępnych
----------	-----------------------

EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1	potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów - K_W02, K_W09
EK2	posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych - K_U01, K_U02, K_U03, K_U04
EK3	potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych - K_U06, K_U07
EK4	potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację - K_K02, K_K04

TREŚCI PROGRAMOWE

WYKŁADY		Liczba godzin
W1	Komunikacja medialna	1
W2	Narzędzia prezentacyjne i ich wykorzystanie	1
W3	Zasady projektowania prezentacji multimedialnej	2
W4	Efektywna prezentacja multimedialna – pokaz	2
W5	Komunikacja w projektach interdyscyplinarnych	2
Razem		8
ĆWICZENIA		
Ć1	Kolokwium	2
Razem		2
ZAJĘCIA LABORATORYJNE		
L1	Laboratorium - projekt prezentacji 1	2
L2	Laboratorium - projekt prezentacji 2	2
L3	Laboratorium - projekt prezentacji 3	2
L4	Laboratorium - projekt prezentacji 4	2
Razem		8

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1	Notebook z projektorem	
2	Tablica i kolorowe pisaki	
3	Stanowiska komputerowe z oprogramowaniem dydaktycznym	

SPOSOBY OCENY

FORMUJĄCA

F1	Wykonanie zadanie praktycznego	EK1-EK4
F2	Prezentacja	EK1-EK4

PODSUMOWUJĄCA

P1	Kolokwium nr 1	EK1-EK4
----	----------------	---------

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
	semestr	razem
udział w wykładach	8	8
udział w ćwiczeniach	2	2
udział w zajęciach laboratoryjnych	8	8
realizacja zadań projektowych	6	6
Samodzielne opracowywanie zagadnień	6	6
SUMA GODZIN W SEMESTRZE	30	30
PUNKTY ECTS W SEMESTRZE	1	1

LITERATURA

PODSTAWOWA

1	Hague, P., Badania Marketingowe. Planowanie, metodologia i ocena wyników, Gliwice: Wydawnictwo Helion - 2002
2	Maison, D., Jakościowe metody badań marketingowych, Warszawa: PWN - 2010

UZUPEŁNIAJĄCA

3	Gibbs, G., Analiza danych jakościowych, Warszawa - 2011
---	---

PROWADZĄCY PRZEDMIOT

1	dr inż. Józef Małecki, j.malecki@amw.gdynia.pl
---	--

Formy oceny

Efekt	Na ocenę 2	Na ocenę 3	Na ocenę 4	Na ocenę 5
EK1	<i>potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów - K_W02, K_W09</i>			
	bardzo słabo i chaotycznie potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów	słabo i z dużą pomocą nauczyciela potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów	dobrze z niewielką pomocą nauczyciela potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów	samodzielnie bez potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje przy użyciu różnych źródeł i sposobów
EK2	<i>posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych - K_U01, K_U02, K_U03, K_U04</i>			
	bardzo słabo i chaotycznie posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych	słabo z dużą pomocą nauczyciela posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych	z niewielką pomocą nauczyciela posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych	w pełni samodzielnie posiada zwłaszcza umiejętności związane z interpretacją tekstów wizerunkowych (reklama, PR), researchingiem, interpretacją komunikacyjnych zachowań społecznych, tekstów naukowych
EK3	<i>potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych - K_U06, K_U07</i>			
	bardzo słabo i chaotycznie potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych	z dużą pomocą nauczyciela potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych	z niewielką pomocą nauczyciela potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych	w pełni samodzielnie potrafi dostosować sposoby wizualizacji do typu danych
EK4	<i>potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację - K_K02, K_K04</i>			
	bardzo słabo i chaotycznie potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację	z dużą pomocą nauczyciela potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację	z niewielką pomocą nauczyciela potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację	w pełni samodzielnie potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów i wytwory kultury materialnej oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację