

Projekt specjalnościowy

dr Paweł Baranowski

Projekt specjalnościowy jest przedmiotem warsztatowym, który ma na celu umożliwić studentom opracowanie oraz wykonanie produktu/usługi związanego z tokiem studiów na kierunku komunikacja wizerunkowa. Przyszłe projekty powinny cechować się innowacyjnością i stanowić rozwiązanie założonego problemu. Ostateczna forma projektu będzie prezentacją zawierającą wszystkie elementy, które są kluczowe przy wprowadzaniu innowacyjnego produktu/usługi na rynek.

Warsztaty – 15/9 godz.

Forma zaliczenia:

uczestnictwo w zajęciach,
zaliczenie nieobecności,
zaliczenie projektu.

Projekt zajęć:

Zajęcia wprowadzające – przedstawienie założeń projektu specjalnościowego. Przykładowe projekty, oraz przegląd innowacji ze świata. Przegląd metodyk projektowych – agile czy waterfall? Wstępny wybór zagadnień projektowych. Wstępne tematy projektu – konsultacja. Elementy projektu zaliczeniowego – określenie problemu, analiza rynku, diagnoza i propozycja rozwiązania, projektowanie. Część zajęć będzie miała charakter warsztatowy i zostanie poświęcone pracy w grupach pod kierunkiem prowadzącego.

Projekt specjalnościowy - dr Aleksandra Matyja

Celem przedmiotu jest realizacja projektu grupowego, w czasie którego studenci zastosują wiedzę i kompetencje zdobyte podczas studiów, a także zmierną się z wdrożeniem wybranej inicjatywy od jej konceptualizacji, przez organizację, aż po ewaluację.

Efektami działań podjętych w ciągu dwóch semestrów ma być warsztat strategiczny lub promocyjny skierowany do klienta zainteresowanego wdrożeniem działań brandingowych w swojej organizacji. Celem warsztatu będzie zachęcenie go – w sposób kreatywny oraz interaktywny - do podjęcia takich działań, objaśnienie celów brandingowych, a także identyfikacja potrzeb organizacji. Studenci będą zaangażowani w stworzenie całej koncepcji warsztatu (jego formy, treści, nazwy, materiałów promocyjnych), a następnie przetestują wyniki swojej pracy podczas zajęć.

Kampania społeczna/crowdfunding - mgr Zofia Nauka

Projekt będzie miał charakter praktyczny i przewiduje, że w ciągu toku kursu studenci zaprojektują i wdrożą własną kampanię crowdfundingową na wybrany cel. Zajęcia mają na celu przybliżyć lub przypomnieć podstawy związane z budowaniem kampanii społecznych oraz praktyczne przećwiczenie tych umiejętności. Dodatkowo istnieje możliwość sprawdzenia umiejętności na organizmie żywym, ponieważ planują wdrożyć wasze projekty w życie i wspólnie wpłacić zebrane środki na wybrany przez was cel. W toku zajęć przewiduje:

1. Podział na zespoły, ustalenie zadań, wybranie celów zbiórek
2. Budowanie strategii
3. Praca kreatywna
4. Wdrożenie/zarządzanie projektem

Pierwszy semestr kursu musi zakończyć się domknięciem etapu strategicznego i kreatywnego. Drugi semestr: wdrożeniem i sprawozdaniem z rocznej pracy.

Prof. Leszek Pułka – brak opisu.