


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Przetargi i zamówienia publiczne		8.0.12940	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Filmu i Mediów			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	niestacjonarne (zaoczne)
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Sebastian Konefał, profesor uczelni; prof. dr hab. Andrzej Powalowski; mgr Joanna Kiraga; dr Piotr Kurpiewski; dr Lech Jędrzejewski			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		2	
Ćw. audytoryjne		12 godzin - uczestnictwo w zajęciach;	
Sposób realizacji zajęć		38 godzin - samodzielna analiza dokumentów i przygotowanie do zajęć.	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
Liczba godzin			
Ćw. audytoryjne: 12 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2023/2024 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją		Sposób zaliczenia	
- Dyskusja		Zaliczenie (zał)	
		Formy zaliczenia	
		wypowiedź ustna	
		Podstawowe kryteria oceny	
		aktywne uczestnictwo w zajęciach (70%)	
		wypowiedź ustna (30%)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			
zakładany efekt uczenia się	czynny udział w zajęciach	wypowiedź ustna	
		Wiedza	
K_W12	+	+	
		Umiejętności	
K_U07	+	+	
		Kompetencje społeczne	
K_K01	+	+	
K_K02	+	+	
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi			
A. Wymagania formalne			
Brak			

B. Wymagania wstępne Brak	
Cele kształcenia Student zdobywa wiedzę na temat obowiązującego prawodawstwa dotyczącego przetargów i zamówień publicznych. Poznaje procedury i potrafi samodzielnie do nich przystąpić.	
Treści programowe Wprowadzenie do Prawa zamówień publicznych; zakres stosowania ustawy PZP; zasady udzielania zamówień publicznych; szacowanie wartości zamówienia; tryby udzielania zamówień publicznych; kryteria oceny ofert; warunki uzyskania zamówienia; przetargi na rynku reklamowym.	
Wykaz literatury Na początku semestru prowadzący ustala zestaw lektur wymaganych do zaliczenia przedmiotu A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu): A.1. wykorzystywana podczas zajęć Ustawa z dnia 29 stycznia 2004 r. Prawo zamówień publicznych (tj. Dz. U. z 2018 r., poz. 1986). W. Dzierżanowski, J. Jurzykowski, M. Stachowiak, Prawo zamówień publicznych. Komentarz, Warszawa 2010. Biała Księga branży komunikacji marketingowej - najlepsze praktyki i narzędzia przetargowe. B. Literatura uzupełniająca M. Jaworska, Prawo zamówień publicznych. Komentarz, Warszawa 2018.	
Kierunkowe efekty uczenia się K_W12 K_U07 K_K01, K_K02	Wiedza K_W12 Student: zna zasady przetargów i zamówień publicznych z zakresu produkcji audiowizualnej (K_W12).
	Umiejętności K_U07 Student: potrafi prowadzić firmę na rynku audiowizualnym, uwzględniając prawo o zamówieniach publicznych i zasady przetargów na rynku medialnym (K_U07).
	Kompetencje społeczne (postawy) K_K01, K_K02 Student: rozumie potrzebę nieustannego pogłębiania i aktualizowania kwalifikacji zawodowych w zakresie zamówień publicznych i przetargów (K_K01); jest przygotowany do brania aktywnego udziału w instytucjach, organizacjach oraz wydarzeniach koncentrujących się wokół problematyki zamówień publicznych (K_K02).
Kontakt sebastian.konefal@ug.edu.pl	