


**KAPITAŁ LUDZKI**  
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
 Unię Europejską w ramach  
 Europejskiego Funduszu  
 Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
 EUROPEJSKI  
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


<b>Nazwa przedmiotu</b>		<b>Kod ECTS</b>	
Przetargi i zamówienia publiczne		8.0.14601	
<b>Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot</b>			
Zakład Filmu i Mediów			
<b>Studia</b>			
<b>wydział</b>	<b>kierunek</b>	<b>poziom</b>	<b>pierwszego stopnia</b>
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	niestacjonarne (zaoczne)
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
<b>Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)</b>			
dr hab. Sebastian Konefał, profesor uczelni; dr Piotr Kurpiewski; mgr Joanna Kiraga; dr Lech Jędrzejewski; prof. dr hab. Andrzej Powołowski			
<b>Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin</b>		<b>Liczba punktów ECTS</b>	
<b>Formy zajęć</b>		2	
Ćw. audytoryjne		12 godzin - uczestnictwo w zajęciach;	
<b>Sposób realizacji zajęć</b>		38 godzin - samodzielna analiza dokumentów i przygotowanie do zajęć.	
zajęcia w sali dydaktycznej		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
<b>Liczba godzin</b>			
Ćw. audytoryjne: 12 godz.			
<b>Termin realizacji przedmiotu</b>			
2024/2025 letni			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
obowiązkowy		polski	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
- Analiza tekstów z dyskusją		<b>Sposób zaliczenia</b>	
- Dyskusja		Zaliczenie (zał)	
		<b>Formy zaliczenia</b>	
		wypowiedź ustna	
		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		aktywne uczestnictwo w zajęciach (70%)	
		wypowiedź ustna (30%)	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			
<b>zakładany efekt uczenia się</b>	<b>czynny udział w zajęciach</b>	<b>wypowiedź ustna</b>	
		Wiedza	
K_W12	+	+	
		Umiejętności	
K_U07	+	+	
		Kompetencje społeczne	
K_K01	+	+	
K_K02	+	+	
<b>Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi</b>			
<b>A. Wymagania formalne</b>			
Brak			

<b>B. Wymagania wstępne</b> Brak	
<b>Cele kształcenia</b> Student zdobywa wiedzę na temat obowiązującego prawodawstwa dotyczącego przetargów i zamówień publicznych. Poznaje procedury i potrafi samodzielnie do nich przystąpić.	
<b>Treści programowe</b> 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.	
<b>Wykaz literatury</b> Na początku semestru prowadzący ustala zestaw lektur wymaganych do zaliczenia przedmiotu <b>A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):</b> <b>A.1. wykorzystywana podczas zajęć</b> 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>B. Literatura uzupełniająca</b> M. Jaworska, Prawo zamówień publicznych. Komentarz, Warszawa 2018.	
<b>Kierunkowe efekty uczenia się</b>  K_W12 K_U07 K_K01, K_K02	<b>Wiedza</b>  K_W12 Student: zna zasady przetargów i zamówień publicznych z zakresu produkcji audiowizualnej (K_W12).
	<b>Umiejętności</b>  K_U07 Student: potrafi prowadzić firmę na rynku audiowizualnym, uwzględniając prawo o zamówieniach publicznych i zasady przetargów na rynku medialnym (K_U07).
	<b>Kompetencje społeczne (postawy)</b>  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).
<b>Kontakt</b>  sebastian.konefal@ug.edu.pl	