


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		8.0.14602	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Filmu i Mediów			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	stacjonarne
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Sebastian Konefał, profesor uczelni; dr Piotr Kurpiewski; dr Lech Jędrzejewski; mgr Joanna Kiraga; prof. dr hab. Andrzej Powołowski			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		1 15 godzin - uczestnictwo w zajęciach; 10 godzin - samodzielna analiza dokumentów. Razem: 25 godzin = 1 ECTS.	
Sposób realizacji zajęć			
zajęcia w sali dydaktycznej			
Liczba godzin			
Ćw. audytoryjne: 15 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją - Dyskusja		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie (zał)	
		Formy zaliczenia	
		zaliczenie ustne	
		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	zaliczenie ustne	
		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 2018r., 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: <ul style="list-style-type: none"> zna zasady przetargów i zamówień publicznych z zakresu produkcji audiowizualnej (K_W12).
	Umiejętności K_U07 Student: <ul style="list-style-type: none"> 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: <ul style="list-style-type: none"> 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	