



Świat wiedzy

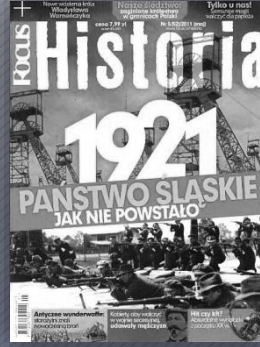
- 2012
- 2000
- 1995
- 1992
- 1980
- 1977
- 1968
- 1955
- 1950
- 1948
- 1935
- 1928
- 1918
- 1912

$$E = mc^2$$



The collage features a central portrait of John F. Kennedy. To his left is a surfer riding a wave on a surfboard. Below the surfer is a newspaper clipping with the word "mailinator" and a coin. To the right of Kennedy is a large, open book with the title "WIEKSZA PODRÓŻ LUDZKOŚCI" (Greater Journey of Humanity) and the subtitle "o wieloletniej podróży na granicę naszej wiedzy i lat 122 od 25 lat Misji". The book's pages contain text and images, including a small globe. The background is a blue gradient with a grid pattern.





Wydawniczy
SUKCES 2011

nowość CENA 4,99 ZŁ W TYM 9% VAT. INDEX 277010. ISSN 2083-5825. GRUDZIEŃ 2011 **bestseller**
ODKRYWASZ-POZNAJESZ-ROZUMIESZ 5/2011

**świat
wiedzy** TYLKO **4,99 ZŁ!**

Ukryte supermoce ludzkiego mózgu

Fascynująca wyprawa **W NIEZBADANE OBSZARY UMYŚLU**

Czy trzecia wojna światowa rozegra się w internecie?

CIA i Pentagon: Komputer jako zabójcza broń
Operacja Kill Switch: Zaplanowana śmierć internetu

Bohaterowie ostatniej akcji

Kto ma najlepsze myśliwce na świecie?

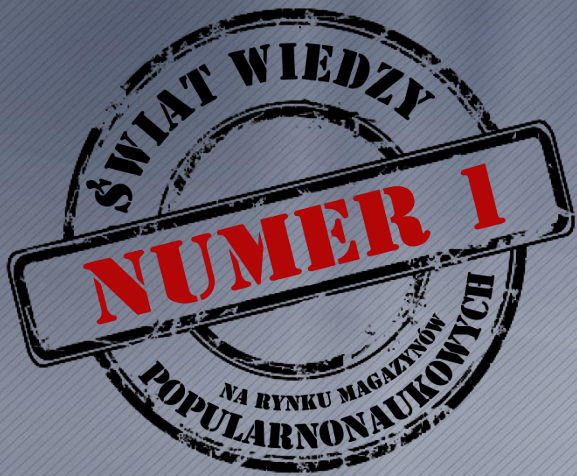
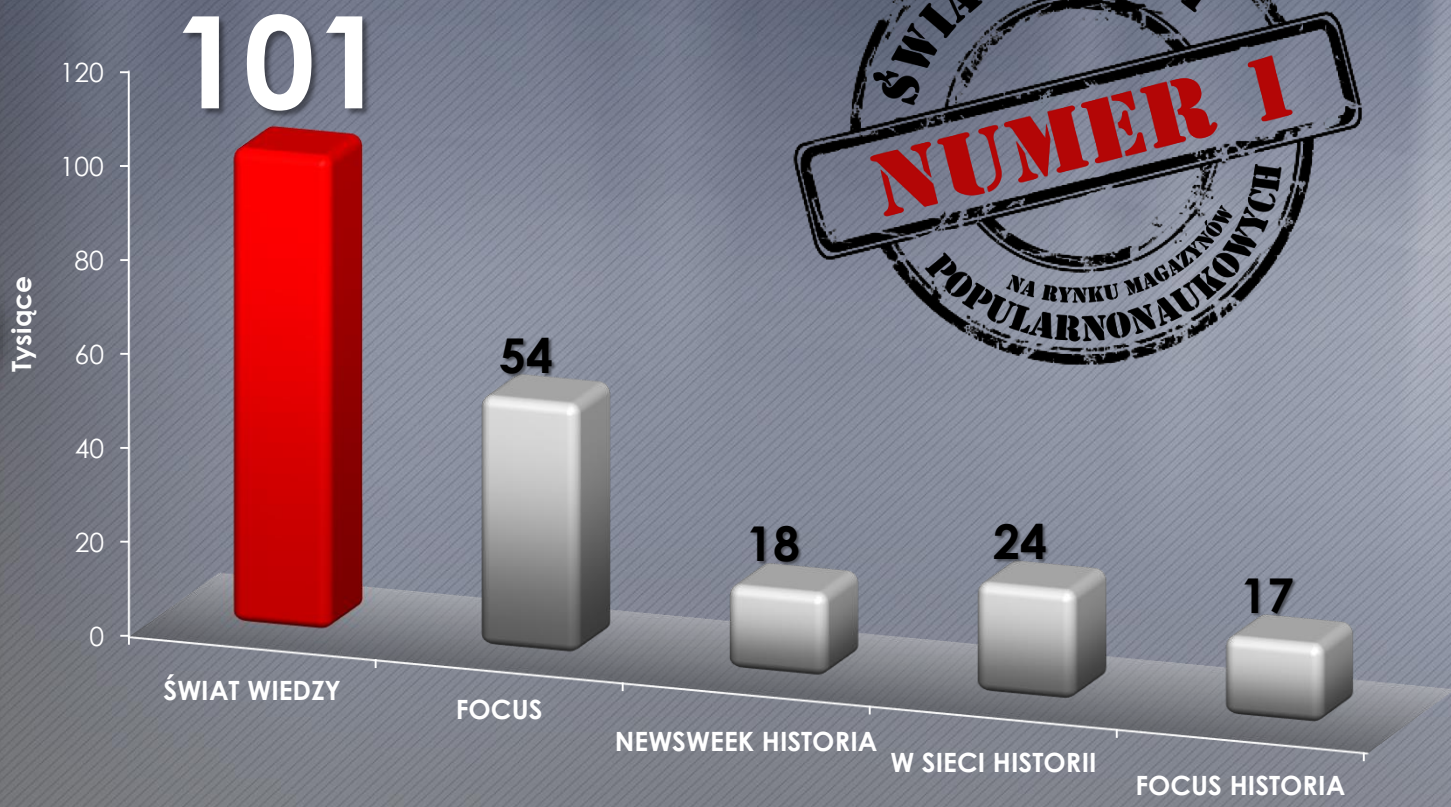
DLACZEGO MÓZG UKRYWA PRZED NAMI SWOJE NIEZWYKŁE ZDOŁNOŚCI?
Jak je odkryć i zrobić z nich użytek?

9 782083 582527



Numer 1 na rynku magazynów popularnonaukowych!
Dane za 5.2016 –4.2017

SPRZEDAŻ



Czytelnicy Świata Wiedzy to:

CZYTELNIK



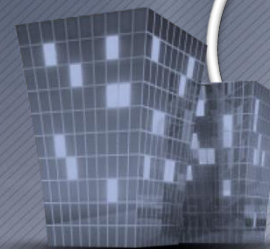
60%

to mężczyźni



23%

uczy się lub
studiuje



69%

mieszka w
miastach



22%

jest w wieku
15-24 lata



60%

ma dochód 2 tys.+
(respondent)



86%

często korzysta
z internetu

OLIMPIADA WIEDZY O MEDIACH



Miesięcznik popularnonaukowy Świat Wiedzy we współpracy z Uniwersytetem Warszawskim i pod patronatem MEN organizuje IV edycję OLIMPIADY WIEDZY O MEDIACH.

Olimpiada ma charakter ogólnopolski i skierowana jest do młodzieży licealnej.

Celem Olimpiady jest popularyzacja wiedzy z zakresu nauki o mediach w społeczeństwie oraz promocja edukacji medialnej, świadomego odbioru i współuczestnictwa w komunikacji społecznej.

Składa się z kilku etapów: szkolnego, wojewódzkiego, a zakończona jest finałem na Uniwersytecie Warszawskim.

Nagrodami są indeksy na uczelnie, na kierunki związane z dziennikarstwem, staże w wybranych redakcjach Grupy Bauer (Wydawnictwo Bauer, RMF, Interia) oraz nagrody ufundowane przez sponsorów i partnerów Olimpiady.



KALENDARZ OLIMPIADY

| **SIERPIEŃ – WRZESIEŃ 2017**

Ogłoszenie kolejnej edycji, komunikacja do szkół (plakaty, ulotki, reklamy)

| **PAŹDZIERNIK 2017**

Nadsyłanie prac konkursowych

| **LISTOPAD 2017**

Ogłoszenie wyników etapów szkolnych

| **GRUDZIEŃ 2017**

Eliminacje wojewódzkie

| **MARZEC 2018**

Wielki finał

OLIMPIADA WIEDZY O MEDIACH



**Wydział Dziennikarstwa,
Informacji i Bibliologii**
Uniwersytetu Warszawskiego



**Uniwersytet
Kardynała Stefana Wyszyńskiego**
w Warszawie

OLIMPIADA

W i e d z y

o M e d i a c h

III edycja 2016/2017



Jeśli jesteś uczniem szkoły średniej, chcesz być dziennikarzem – weź udział w konkursie: napisz esej, stwórz film, fotoreportaż lub fotokast i wygraj atrakcyjne nagrody:

- indeksy kierunków dziennikarskich na 16 wybranych uczelniach,
- staże w redakcjach prasowych Wydawnictwa Bauer, radiowych RMF FM oraz internetowych Interii,
- smartfony TP-Link Neffos X1,
- głośniki Bluetooth TP-Link BS1001,
- powerbanki TP-Link TL-PB5200,
- aparaty Polaroid SNAP,
- zegarki ICE-WATCH,
- słuchawki Flex Creative.

Szczegółowe informacje o Olimpiadzie, a wśród nich regulamin, zakres tematyczny i harmonogram, znajdziesz na stronie <http://owm.u.d.uw.edu.pl> oraz na www.swiatwiedzy.pl i na fanpage'ju czasopisma Świat Wiedzy.



smartfony TP-Link Neffos X1



głośniki Bluetooth TP-Link BS1001



powerbanki TP-Link TL-PB5200



aparaty Polaroid SNAP



stylowe zegarki ICE-WATCH



słuchawki Flex Creative

Głównym Sponsorem Olimpiady Wiedzy o Mediach jest



Partnerem Strategicznym Olimpiady jest czasopismo Świat Wiedzy



W trakcie wakacji do szkół rozsyłany jest pakiet informacji o Olimpiadzie - harmonogram poszczególnych etapów, **plakaty** i **ulotki** zachęcające nauczycieli jak i uczniów do wzięcia udziału, **materiały reklamowe partnerów**

Tytułem wiodącym w komunikacji jest **Świat Wiedzy** ale dodatkowo o Olimpiadzie informujemy w najbardziej zasięgowych tytułach Wydawnictwa min. **Twój Styl, Tele Tydzień, To i Owo, Motor, Życie na Gorąco, CD-Action, PC Format**

Do komunikacji zostaną również wykorzystane wszystkie dostępne kanały: **radio RMF, portal Interia, Facebook**

Ulotka dystrybuowana do szkół średnich

PROMOCJA OLIMPIADY WIEDZY O MEDIACH

MINIENCYKLOPEDIA ŚWIATA WIEDZY

stały dział w magazynie, wpisany jako lektura obowiązkowa Olimpiady

OLIMPIADA WIEDZY O MEDIACH



**MINIENCYKLOPEDIA
WIEDZY O MEDIACH**

Wkrótce rusza ogólnopolska Olimpiada Wiedzy o Mediach dla uczniów liceów. Można w niej wygrać indeksy na studia dziennikarskie na wielu uczelniach, cenne nagrody rzeczowe oraz staże w naszym wydziałem. Z tej okazji wraz z firmą TP-Link przygotowaliśmy cykl, w którym prezentujemy najciekawsze fakty dotyczące prasy, radia, telewizji i internetu. Więcej informacji o konkursie na stronie obok oraz na: <http://twm.ic.uw.edu.pl>.

Jak osiągnąć oglądalność na poziomie niemal 100%?

Jeden z islandzkich kanałów telewizyjnych zgromadził ostatnio przed ekranem 99,8% widzów, którzy akurat włączyli odbiornik. Jaki program cieszył się tak niespotykaną oglądalnością? Masowe zainteresowanie Islandczyków wywołał mecz piłki nożnej między reprezentacją ich kraju a Anglią podczas Euro 2016. Ale także Polska ma się czym pochwalić na tym polu. Kiedy nasi piłkarze walczyli o awans do półfinału z Portugalią, kibicowało im aż 86,57% oglądających telewizję rodaków. Łącznie dało to imponujący wynik niemal 16 milionów telewidzów (choć „podzielonych” między dwie konkurencyjne stacje).

**CZY DZIENNIKARZE
NADAL SĄ POTRZEBNI?**

Heliograf – tak nazywa się autor części relacji z niedawnych igrzysk w Rio de Janeiro zamieszczonych przez „The Washington Post”. Może niepokoić fakt, że jest on... robotem. Czy komputery już wkrótce zastąpią dziennikarzy? Nie, z raportu przygotowanego przez Reuters Institute wynika, że wciąż są oni nieodzowni. Odgrywają bowiem istotną rolę w przyciąganiu i angażowaniu odbiorców, a także zachęcają ich do płacenia za dostęp do wiadomości. Osobowość oraz umiejętności konkretnego dziennikarza lub reportera mogą nawet zawazyć o „być albo nie być” tytułu. My również jesteśmy przekonani, że Świat Wiedzy nie byłoby tak ciekawy, gdyby pisały go bezczłonne roboty.

FACEBOOK WIE O NAS (PRAWIE) WSZYSTKO

Przyjazny serwis społecznościowy, umożliwiający kontaktowanie się ze znajomymi i zdobywanie najważniejszych wiadomości? Po prostu tak, ale to, co dzieje się „za kulisami” Facebooka, może przyprawić o gęśł skórę. Portal – jak wiele innych (np. Google) – zbiera dane o swoich użytkownikach, by przekazać je później, za niemałe kwoty, reklamodawcom. Problem w tym, że Facebook poza takimi informacjami jak twoja lokalizacja, wykształcenie, wykonywana praca czy status związku, rejestruje również, co oglądasz w Internecie, czy korzystasz z karty debetowej, a nawet ile masz linii kredytowych! Wie, jak duże (w metrach kwadratowych) jest Twoje mieszkanie, czy oczekujesz potomstwa, jakie masz poglądy polityczne oraz czy zamierzasz kupić wkrótce samochód (i za ile). Wydaje się, że mniej jest rzeczy, których serwis o nas nie wie. Wszystko w imię lepszego spersonalizowania reklam i – oczywiście – większych zysków.

10/14 80 Świat Wiedzy
ZDJĘCIA: John Rensten/Gallo Images; Pictel (2)

PROMOCJA OLIMPIADY WIEDZY O MEDIACH

- | Reklamy w magazynach Wydawnictwa Bauer
- | Grupa RMF
 - | informacja o Olimpiadzie w wybranych stacjach regionalnych RMF MAXXX.
BEZ WYMIENIENIA SPONSORA
(przepisy Krajowej Rady)
 - | informacja o Olimpiadzie na portalu rmf24.pl
 - | informacja o Olimpiadzie na antenie RMF FM
- | Interia kampania bannerowa
- | Facebook
- | www.cdaction.pl
- | <http://owm.edu.pl>

OLIMPIADA WIEDZY O MEDIACH



PODSUMOWANIE OLIMPIADY NA ŁAMACH ŚWIATA WIEDZY

OLIMPIADA WIEDZY O MEDIACH



OLIMPIADA
WIEDZY O MEDIACH

WIELKI FINAŁ

Niebywała wiedza, refleks i stalowe nerwy – tym wszystkim wykazało się dwanaścioro uczniów ze szkół ponadgimnazjalnych rywalizujących w finałowym quizie trzeciej edycji Olimpiady Wiedzy o Mediach. Ta dwunastka to najlepsi z najlepszych – osoby, które przeszły przez dwa etapy olimpiady: szkolny i okręgowy, a pierwszego dnia etapu centralnego w Warszawie zdobyły najwięcej punktów w teście medożnawczym. Drugiego dnia zmagali w stolicy odbył się superfinał, czyli wspomniany quiz. Najlepszy okazał się nim Stanisław Bryś z Poznania. Na podium znaleźli się też Szymon Rać z Gdańska i Maciej Wójcik z Warszawy. Ta trójka otrzymała m.in. smartfony Nefos ufundowane przez TP-Link, słuchawki Creative oraz aparaty Polaroid.

Ale to nie koniec. Dwunastka najlepszych będzie mogła już wkrótce przekonać się, jak wygląda codzienna praca dzien-

nikarza. Dostali oni bowiem – poza cennymi nagrodami rzeczowymi – także możliwość odbycia stażu w redakcjach Wydawnictwa Bauer oraz Grupy Interia.

Bój toczył się również o uniwersyteckie indeksy. Dzięki temu 48 najlepszych maturzystów z grona finalistów będzie mogło studiować na kierunkach dziennikarskich i medjoznawczych 15 uczelni w całym kraju. Z kolei nagrodę za największą liczbę uczniów zakwalifikowanych do II etapu – urządzenie wielofunkcyjne ufundowane przez firmę Epson – otrzymało II Liceum Ogólnokształcące Im. Generalowej Zamoyskiej i Heleny Modrzejewskiej w Poznaniu.

Wszystkim laureatom gratulujemy! Jednocześnie serdecznie zapraszamy uczniów szkół ponadgimnazjalnych do startu w następnej edycji olimpiady. Pierwszy jej etap rozpocznie się za kilka miesięcy. Więcej na ten temat napiszemy już wkrótce!

OLIMPIJSKIE PODIUM
Pierwsze trzy miejsca zajęli Stanisław Bryś, Szymon Rać i Maciej Wójcik (w środku, od lewej). Nagrody wręczyli im dyrektor wydawnictwa Bauera Zbigniew Bałski (pierwszy od lewej) oraz redaktor naczelny Świata Wiedzy Adam Szmitlak (pierwszy od prawej).

ELIMINACJE
Test pisemny w pierwszym dniu finału zdecydował o tym, którzy olimpijczycy zdobyli indeksy uczelni oraz staże w naszym wydawnictwie. Pytania nie były łatwe...

5/19 74 szkole i mediach ZDJĘCIA: Paweł Brzoziński, Weronika Karwinska/Pracownia Fotografii Prasowej, Reklamowej i Wydawniczej WDB UW

OFERTA

STATUS GŁÓWNEGO SPONSORA OLIMPIADY WIEDZY O MEDIACH

- | Roczna obecność w Świecie Wiedzy w publikacjach związanych z Konkursem – logotyp na stronie z „Miniencyklopedią” wpisaną jako lektura obowiązkowa
- | 8 stron reklamowych w wybranych wydaniach Świata Wiedzy
- | Logotyp na oficjalnych materiałach (listy do szkół, plakaty)
- | Logotyp w cross promocji konkursu: Internet, prasa
- | Możliwość uczestnictwa w Jury Konkursu
- | Identyfikacja podczas etapu wojewódzkiego i finału – roll-upy, standy, materiały reklamowe
- | Możliwość ufundowania nagród dla finalistów

Cena cennikowa 500 tys.

Po rabacie 70 tys. PLN

FASCYNUJĄCY
ŚWIAT WIEDZY



ODKRYWASZ



POZNAJESZ



ROZUMIESZ