Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | **Komunikacja społeczna i medialna 2** |
| Nazwa w j. ang. | Social and Media Communication (part 2) |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Wanda Matras-Mastalerz | Zespół dydaktyczny |
| Katedra Kultury Informacyjnej |
| Punktacja ECTS\* | 3 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem kursu jest poszerzenie dotychczasowych podstaw wiedzy o komunikowaniu oraz umiejętności i kompetencji zdobytych w trakcie kursu Komunikacja społeczna i medialna 1 o szczegółowe zagadnienia komunikowania medialnego (masowego) |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Celem kursu jest poszerzenie wiedzy o komunikowaniu społecznym i medialnym oraz rozwinięcie umiejętności i kompetencji zdobytych w trakcie kursu Komunikacja społeczna i medialna 1.  |
| Umiejętności | Umiejętność biegłego posługiwania się terminologią komunikologiczną i stosowania jej w różnych kontekstach i systemach komunikowania |
| Kursy | Zaliczenie kursu Komunikacja społeczna i medialna 1 |

Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01, Posiada ogólną wiedzę o miejscu komunikowania medialnego(masowego) w systemie komunikowania społecznego i jego związkach z innymi poznanymi wcześniej systemami komunikowania oraz o głównych etapach rozwoju mediów masowychW02 Zna elementarne zasady działania i organizacji mediów, obszary i metody analizy komunikatów medialnych, specyfikę audytorium i publiczności medialnej, koncepcje badania i oddziaływania mediów masowych. | K\_W01K\_W03 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01,Potrafi rozpoznać główne fazy dziejów mediów masowych i wyjaśnić ich wpływ na rozwój systemu komunikowania masowego (zwłaszcza po rewolucji cyfrowej)U02 Umie rozpoznać i scharakteryzować specyfikę komunikatora masowego, komunikatu medialnego, odbiorcy masowego, skutków i skuteczności oddziaływania mediów. | K\_U01, K\_U03. |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01, Ma świadomość roli mediów masowych w cywilizacji współczesnej i kontrowersji wokół ich roli kulturotwórczej. | K\_K01, K\_K04 |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A |  | K |  | L |  | S |  | P |  | E |  |
| Liczba godzin |  | 9 |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |

Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
|  Dyskusja i praca z tekstem, prezentacje szczegółowe |

Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | E – learning | Gry dydaktyczne | Ćwiczenia w szkole | Zajęcia terenowe | Praca laboratoryjna | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Referat | Praca pisemna (esej) | Egzamin ustny | Egzamin pisemny | Inne |
| W01 |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |
| W02 |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |
| U02 |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |
| K01 |  |  |  |  |  |  | x | x |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| ... |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny |  Ocena częstotliwości udziału w dyskusji, merytorycznego poziomu, klarowności konstrukcji i przejrzystości przekazania referatu/prezentacji wykonanych w ramach zaliczenia z oceną |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi |  |

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Tematyka ćwiczeń:**1. Komunikowanie publiczne – formy komunikowania publicznego, nadawca i odbiorca w komunikowaniu publicznym; obszary komunikowania publicznego (1godz.).
2. Pojęcie mediów masowych i ich typologia. (1 godz.)
3. Typy komunikowania: komunikowanie informacyjne i perswazyjne: a) cele, metody i zasady komunikowania informacyjnego, b) cele komunikacji perswazyjnej, typy perswazji, zasady komunikacji perswazyjnej, c) przykłady reguł wpływu społecznego wykorzystywanych w komunikacji perswazyjnej (np. autorytet, reguła wzajemności, konformizm, konsekwencja, reguła niedostępności etc.), d) przykłady językowych środków perswazji, e) przykłady typów argumentów wykorzystywanych w procesie przekonywania (np. argumenty z porównania, z definicji, z autorytetu etc.), f) rola nadawcy w procesie przekonywania. g) perswazja w komunikacji marketingowej (reklama, shockvertising, lokowanie produktu, marketing wirusowy etc.) (2 godz.)
4. W kręgu problemów instytucjonalizacji komunikatora masowego: elementy wiedzy o prawie medialnym (1 godz.).
5. Kodeks etyki dziennikarskiej (1 godz.)
6. Media społecznościowe a) Media tradycyjne a nowe media; b) Media społecznościowe – definicje; c) Cechy mediów społecznościowych; d) Typologia mediów społecznościowych; e) Media społecznościowe jako źródła informacji; postinformacje; f) Serwisy społecznościowe jako miejsce filtrowania treści; g) Wykorzystanie mediów społecznościowych w komunikacji marketingowej; h) Prywatność i wolność a komunikacja internetowa; i) Strategie komunikacyjne w mediach społecznościowych na przykładzie strategii komunikowania wyborczego; j) Retoryka nowych nowych mediów k) Cechy „nowego” konsumenta a media społecznościowe l) Media społecznościowe a aktywność obywatelska (2 godz.).

7Badania przekazów medialnych: analiza zawartości, odbiorców mediów i oddziaływania mediów (1 godz.) |

Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| 1. Adamik-Szysiak M., Strategie komunikowania podmiotów politycznych w Polsce w mediach społecznościowych, Wydawnictwo UMCS, Lublin 2018 (wybrane fragmenty). 2. Goban Klas T., *Media i komunikowanie masowe, Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu,* Warszawa 20053. Maxwell J. C., *Wszyscy się komunikują, niewielu potrafi się porozumieć*, Warszawa 2017 (fragmenty).4. McQuail D., *Teoria komunikowania masowego,* Warszawa 20075. Morreale S., Spitzberg B. H., *Komunikacja między ludźmi*, Warszawa 20226. Pisarek W., *Wstęp do nauki o komunikowaniu,* Warszawa 2008. |

Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| 1. Castells, M.: Władza komunikacji, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2013 *2. Dziennikarstwo i świat mediów.* Nowa edycja pod red. Z. Bauera i E. Chudzińskiego, Kraków 2008 (tu: I. Dobosz, *Prawo prasowe,* J. Barta, *Media a prawo autorskie,* W. Pisarek, *Kodeksy etyki dziennikarskiej,* M. Jasionowicz, *Internet. Medium, środowisko, społeczność)**3. Komunikacja w dobie Internetu pod red. B. Kożusznik, Katowice 2004 (tu: B. Kożusznik, Komunikacja w dobie Internetu – wpływ na jednostkę, organizacje i otoczenie, P. Rudnicka, Elektroniczne „ja” – podstawowe zagadnienia autoprezentacji w Internecie)**4. Lisowska-Magdziarz M., Analiza zawartości mediów. Przewodnik dla studentów. Wersja 1.1., Kraków 2004*5. Kreft J., Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka, WUJ, Kraków 20196. Kreft J., Facebook. Oblicza i dylematy, WUJ, Kraków 2017 (wybrane fragmenty). 7. Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 XII 1992 (DzU 1993 nr 7, poz. 34) + Ustawa z dnia 11.08.2021 o zmianie ustawy o radiofonii i telewizji oraz ustawy o kinematografii (DzU 2021 1676) 8. Żmigrodzki Z., *Dziennikarstwo. Zarys problematyki,* Katowice 2007 (tu najłatwiej dostępne przedruki *Karty Etycznej Mediów, Dziennikarskiego Kodeksu Obyczajowego, Kodeksu Etyki Dziennikarskiej SDP, Dziennikarskiego Kodeksu Obyczajowego SDRP).* |

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład |  |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 9 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 6 |
| liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 15 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 15 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 25 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 20 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 90 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 3 |