

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Antropologia kultury (2401-D-S1-2-AK)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Cultural anthropology

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

W ramach prowadzonego kursu omówione zostaną najważniejsze koncepcje antropologii kulturowej. Zajmiemy się nimi w perspektywie teorii proponowanych przez główne szkoły antropologiczne: od początków dziedziny (tradycja ewolucjonistyczna XIX w.), przez najważniejsze szkoły antropologiczne w. XX (amerykańska, brytyjska, francuska), po wybrane kwestie antropologii współczesnej, ujętej problemowo. Omówimy takie problemy, jak: pokrewieństwo, rodzina, organizacja społeczna, zmiany społeczeństw tradycyjnych i nowoczesnych, modernizacja, język, religia, rytuał oraz tożsamość jednostek.

Opis:

1-2. Wprowadzenie. Co to jest antropologia?

- definicja dziedziny i jej początki
- czym zajmuje się antropologia?
- główne szkoły teoretyczne

3-4. Kultura

- problemy definicyjne
- dyfuzja
- akulturacja i etnocentryzm
- subkultury i kontrkultury
- relatywizm kulturowy

5. Obserwacja jako metoda antropologiczna

- obserwacja jako sposób gromadzenia danych
- cechy obserwacji
- typy obserwacji
- zalety i wady obserwacji

6. Klasyczne nurty antropologii: ewolucjonizm i funkcjonalizm

- ewolucjonizm w antropologii
- klasycy antropologii ewolucjonistycznej: L.H.Morgan, E.Tylor, G.Frazer
- funkcje i system
- B. Malinowski i jego badania
- A. Radcliffe-Brown
- E. Evans-Pritchard

7. Klasyczne nurty antropologii: kulturalizm

- kultura i osobowość
- F.Boas i jego uczniowie
- M.Sahlins
- C.Geertz

8. Antropologia XX w.: strukturalizm

- początki (E.Durkheim, M.Mauss, L.Levy-Bruhl)
- strukturalizm C.Levi-Straussa
- myśl nieoswojona i poszukiwanie dzikich
- mity (opozycje mityczne) i opowieści ludowe

9. Antropologia 2 poł. XX w.: antropologia dynamiczna

- dynamika i konflikty w społeczeństwach pierwotnych
- szkoła manchesterska: M.Gluckmann, V.Turner
- antropologia konfliktów: G.Balandier

10. Grupy ludzkie i pokrewieństwo

- grupy korporacyjne
- pokrewieństwo
- małżeństwo
- pochodzenie

11. Religia i rytuały

- religia jako problem antropologiczny
- funkcje religii
- mit i jego funkcje społeczne
- rytuały i ich funkcje

– o zmarłych inaczej: aluk todolo

12. Produkcja i wymiana dóbr – ekonomiczny wymiar społeczeństw

- antropologia ekonomiczna
- gospodarka
- wymiana w życiu społecznym
- logika daru i wymiany
- M. Godelier i koncepcja daru
- dar i wymiana w społeczeństwie sieciowym

13. Polityka

- władza jako problem antropologiczny
- polityka i przywództwo
- organizacja polityczna / państwo
- akulturacja i etnocentryzm
- narody i nacjonalizm

14. Zmieniający się świat, modernizacja i społeczeństwo masowe

- zmiana jako problem antropologiczny
- typy społeczeństw
- rewolucja przemysłowa
- teoria modernizacji
- europejskie warunki modernizacji
- etyka protestancka i duch kapitalizmu
- współczesne społeczeństwo masowe

15. Podsumowanie wykładów

Literatura:

Lektury podstawowe

Deliege Robert, 2011 Historia antropologii. Warszawa (Roz. 2: Szkoła francuska; Roz. 6: Antropologia marksistowska)
Harari Yuval N. 2014 Od zwierząt do bogów. Warszawa (1. Mało znaczące zwierzę; 2. Drzewo Wiedzy; 5. Największe oszustwo historii; 10. Zapach pieniędzy; 16. Kapitalistyczna wiara)
Nowicka Ewa, 2003 Świat człowieka – świat kultury. Warszawa (Roz. 1: Przedmiot antropologii; Roz 3: Podstawowe pojęcia antropologii; Roz. 6: Geneza kultury; Roz. 9: Struktura społeczna – p.6 Struktury hierarchiczne; p.7 Organizacja polityczna; Roz. 10 System wyobrażeń o świecie)

Materiały dodatkowe

Ponadto obowiązują następujące filmy (do samodzielnego obejrzenia – dostępne na stronach www. oraz wydaniach DVD) oraz albumy komiksowe:

Jean-Jacques Annaud „Walka o ogień” (1981)
Jim Henson „Fraggle Rock” („Fraggles”, 1983-87, serial kukiełkowy, dowolny odcinek)
Gary Kildea „Cricket As A Conflict Resolution Ritual in Papua New Guinea” (1979)
Tom McGrath, Eric Darnell „Madagascar” (2005)
Franklin J. Schaffner „Planeta Małp” (1968)
Robert J. Flaherty „Nanook of the North” (1922)

Rene Goscinny, Alberto Uderzo – albumy z serii „Asterix”:

„Wielka przeprawa” (1975)
„Odyseja Asterixa” (1981)
„Asterix u Reszehezady” (1987)
Janusz Christa „Kajko i Kokosz: Cudowny lek” (1981)
Henryk J. Chmielewski: „Tytus, Romek i A'Tomek: księga XIII” (1979)

Lektury uzupełniające

Eller Jack, 2012 Antropologia kulturowa. Kraków
Kapuściński Ryszard 2004 Podróże z Herodotem. Kraków
Kuper Adam, 2005 Kultura. Model antropologiczny. Kraków

Metody i kryteria oceniania:

Egzamin

Egzamin obejmować będzie tematykę poruszaną na wykładach i pozycje z zestawu lektur podstawowych oraz zagadnienia z materiałów dodatkowych.

W zależności od sytuacji epidemiologicznej egzamin odbędzie się albo ustnie w formie zdalnej (na Teams) albo pisemnie „na żywo” w sali wykładowej. Decyzja o sposobie przeprowadzenia egzaminu będzie podjęta przez władze UMK przed sesją letnią 2022.

Pisemna forma egzaminu

Egzamin składa się z pytań dwojakiego typu

1. Pytania dotyczące pojęć – z podanych do wyjaśnienia pojęć wybieramy do odpowiedzi ilość podaną w poleceniu (np.: „wyjaśnij 3 pojęcia spośród podanych 5”).
2. Pytania problemowe – z podanych do omówienia problemów wybieramy do odpowiedzi ilość podaną w poleceniu (np.: „wyjaśnij 2 problemy spośród podanych 3”).
3. Jedno z pytań może dotyczyć „lektur” video lub komiksów („za pomocą jakich koncepcji antropologicznych możesz zinterpretować film..., książkę...”).

1. Pojęcia wyjaśniamy 2-3 zdaniami, tak by pokazać, że rozumiemy jakieś szczegółowe zagadnienie, przytaczając najważniejsze kwestie. Odpowiadając na pytania dotyczące pojęć należy:

- podać definicję pojęcia
- wskazać najważniejsze cechy i punkty wyróżniające dane pojęcie
- o ile możliwe: przywołać autorów danej koncepcji.

2. Problemy wyjaśniamy na tyle szeroko, by pokazać, że rozumiemy jakiś ogólne czy szersze zagadnienie. Odpowiedź stanowi zazwyczaj dłuższą formę pisemną. Odpowiadając na pytania problemowe należy (tam, gdzie to możliwe):

- podać definicję problemu i związane z nim podstawowe pojęcia
- omówić najważniejsze cechy i punkty wyróżniające dane podejście, koncepcję
- przywołać autorów danej koncepcji i ich podejście
- pokazać główne podejścia teoretyczne w ramach koncepcji oraz jej zastosowania.

3. Pytanie o materiały dodatkowe (filmy, seriale, książki, komiksy): wskazane dzieło należy zinterpretować stosując kategorie antropologiczne i używając odpowiedniego słownictwa.

Egzamin oceniany jest w systemie punktowym wg akademickiej skali, gdzie ocena pozytywna uzyskana zostaje przez osoby, które zdobyły 60% punktów. Pytania oceniane są osobno – suma punktów stanowi podstawę oceny. Za odpowiedzi można uzyskać (trzeba to uwzględnić przy udzielaniu odpowiedzi):

- 0-1 pkt za każde wyjaśnione pojęcie
- 0-5 pkt za każdy omówiony problem
- 0-3 pkt za pytanie o materiały dodatkowe

ŚCIAGANIE

ściąganie to wszelkie niedozwolone formy zdawania egzaminu obejmujące używanie pomocy książkowych, zeszytów, notatek, przygotowanych przez siebie ścią, korzystania z podpowiedzi mądrzejszych od siebie sąsiadów lub gadżetów elektronicznych.

Ściągamy na własne ryzyko – nie należy tego robić, jednak jeśli ktoś tak czyni – proszę liczyć się z konsekwencjami.

Osoba, która została 'złapana' na ściąganiu kończy egzamin z oceną niedostateczną.

Ustna forma egzaminu

Po zalogowaniu Zdający/Zdająca otrzymuje zestaw kilku pytań dot. przedmiotu naszych zajęć. Pytania mają formę: „wyjaśnij pojęcie” lub/i „omów problem”. Zasady odpowiadania na te pytania - są takie same, jak dla pisemnej formy egzaminu. Pytanie o materiały dodatkowe, czyli o „lektury” video lub komiksy - tak samo, jak dla egzaminu pisemnego.

Praktyki zawodowe:

nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta

1.Godziny realizowane z udziałem nauczycieli (2 ECTS):

- a. Zajęcia dydaktyczne: 30
- b.Czas wymagany na przeprowadzenie konsultacji bezpośrednich, online i korespondencji mailowej: 15
- c. Czas wymagany na zapoznanie się z wynikami egzaminu (omówienie egzaminacyjnej pracy pisemnej): 10

2.Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta potrzebny do pomyślnego zaliczenia przedmiotu (2 ECTS):

- a. Czas wymagany do zapoznania się z podstawową literaturą przedmiotu: 20
- b. Czas wymagany do zapoznania się z uzupełniającą literaturą przedmiotu: 10
- c. Czas wymagany do zapoznania się z materiałami video i graficznymi: 10
- d. Czas wymagany do przygotowania się do egzaminu pisemnego: 20

Efekty uczenia się - wiedza

K_W05 Zna rodzaje więzi społecznych odpowiadające obszarowi dziennikarstwa i komunikacji społecznej; zna prawidłowości, jakie nimi rządzą w kontekście antropologicznym

K_W08 Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikacji społecznej w kontekście antropologicznym; rozumie złożoność, wielowymiarowość, wielopłaszczyznowość i najważniejsze uwarunkowania tych procesów jako części kulturowego otoczenia człowieka

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U01 Potrafi prawidłowo interpretować zjawiska społeczne, antropologiczne i kulturowe, właściwe dla obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej

K_U03 Rozumie przyczyny i przebieg konkretnych procesów społecznych i kulturowych, właściwych dla obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej

K_U03 Rozumie i analizuje zjawiska społeczne i kulturowe w kontekście antropologicznym

K_U12 Potrafi posługiwać się podstawowymi ujęciami teoretycznymi, paradygmatami badawczymi i pojęciami z zakresu teorii kultury i antropologii kultury w typowych sytuacjach profesjonalnych

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K_K01 Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych z dyscypliny antropologii kulturowej

Metody dydaktyczne

Wykład prowadzony przy pomocy form multimedialnych (prezentacje, fragmenty filmów, wycinki z gazet, albumy komiksowe)

Metody dydaktyczne w kształceniu online

- metody rozwijające refleksyjne myślenie
- metody służące prezentacji treści

Metody dydaktyczne podające

- opis
- wykład informacyjny (konwencjonalny)

Metody dydaktyczne podające
- wykład problemowy
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
Wymagania wstępne
1. Forma kursu Nasz cykl spotkań na przedmiocie „Antropologia kulturowa” obejmuje tylko wykłady (30), po których następuje zaliczenie w formie egzaminu. 2. Forma wykładów W zależności od sytuacji epidemiologicznej wykłady odbywają się w formie stacjonarnej lub zdalnej. Oznacza to, że będziemy spotykać się na żywo w sali wykładowej lub będziemy pracować na platformie MS Teams dostępnej z serwerów UMK. Na Teams będziemy łączyć się w czasie rzeczywistym, czyli w godzinach przeznaczonych na wykład (wg planu tygodniowego). Jeżeli będzie konieczność podania dodatkowych materiałów do wykładów (jakiegoś typu uzupełnienia), to będą one umieszczane na Moodle. 3. Egzamin Tradycyjnie egzamin obejmować będzie tematykę poruszaną na wykładach, pozycje z zestawu lektur i zagadnienia z materiałów dodatkowych. W zależności od sytuacji epidemiologicznej egzamin odbędzie się albo ustnie w formie zdalnej (na Teams) albo pisemnie „na żywo” w sali wykładowej. Decyzja o sposobie przeprowadzenia egzaminu będzie podjęta przez władze UMK przed sesją letnią 2024. 4. Zachowanie podczas wykładów Podczas wykładów zdalnych proszę o wyłączenie mikrofonów na własnym urządzeniu, kamerkę natomiast możecie Państwo mieć włączoną lub wyłączoną, decyzja należy do Was. Gdybyście chcieli zapytać o coś dotyczącego treści wykładu w jego trakcie – proszę o użycie przycisku „podnieś rękę” („łapka”). 5. Etyka podczas zajęć a. Uczestnictwo w wykładach jest nieobowiązkowe, jednak nie znaczy to, że pierwszy raz pojawić się należy na egzaminach. b. Osoby uczestniczące w wykładach muszą pamiętać, że decydując się na przyjsie na zajęcia nie powinny rozpraszać swej uwagi inną aktywnością. Osoba o rozproszonej uwadze lub nadaktywna komunikacyjnie (zajęta prowadzeniem pisaniem komentarzy lub sms-ów) stanowi podczas wykładu bardzo zły przykład dla innych. c. Szczególne niebezpieczeństwo płynie ze strony dodatkowych urządzeń mobilnych, oznaczające, np. przeglądanie stron internetowych podczas wykładu, czytanie wpisów na społecznościówkach, czy głupawe śmianie się do ekranu. NALEŻY UNIKAĆ TAKIEGO ZACHOWANIA. Urządzenia te, jeśli nie służą do notowania wykładanych treści, można schować lub dla pewności wyłączyć przed wykładem.

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2019/20	2019/20
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2020/21	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2021/22	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Branding (2401-D-S1-2-BPR-BR)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Branding**

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Zajęcia z brandingu mają za zadanie przybliżyć studentom proces tworzenia, zarządzania i komunikowania marki. Na kolejnych spotkaniach będą poruszane zagadnienia kluczowe dla zrozumienia brandingu i umiejscowienia go w procesie budowania tożsamości całej organizacji.

Opis:

1. Zajęcia wprowadzające
2. Branding - koncepcja
3. Badania - Insighty 1
4. Badania - Insighty 2
5. Cel/Idea przewodnia marki
6. Brand Value
7. Misja, wizja
8. ToV/Claim/Komunikaty
- 9-10. Grupy docelowe/persony
11. Pozycjonowanie
- 12-14. Taktyki/działania
15. Prezentacja projektów zaliczeniowych i podsumowanie zajęć

Literatura:

Podręcznik:

Wheeler Alina. 2010. Kreowanie marki. Warszawa: PWN

Literatura dodatkowa:

Aaker David A. 1996. Building Strong Brands. London: Pocket Books.

Brown Tim. 2013. Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność. Wrocław: Libron.

Evamy Michael. 2009. Logo. Przewodnik dla projektantów. Warszawa: PWN.

Hampf Anders, Lindberg-Repo Kirsti. 2011. Branding: The Past, Present, and Future: A Study of the Evolution and Future of Branding. Helsinki: Haken School of Economics.

Ots Mart (ed.). 2008. Media Brands and Branding. Jonkoping: JIBS.

Metody i kryteria oceniania:

Zasady gry

1. Obecność na zajęciach jest obowiązkiem każdego z Państwa. Niezależnie od powodu dopuszczam dwie nieobecności. Trzecią nieobecność należy niezwłocznie odrobić. Czwarta nieobecność oznacza niezaliczenie kursu!
2. Na zajęciach nie podnosimy ręki, kiedy chcemy coś powiedzieć. Możecie Państwo zabierać głos, kiedy macie coś wartościowego do powiedzenia. Nie mówimy jeden przez drugiego, nie przekrzykujemy się, i szanujemy opinie innych dyskutantów.
3. Na zajęciach nie korzystamy z telefonów komórkowych, tabletów, komputerów w celach innych niż te związane z zajęciami.

Na ocenę ostateczną składają się trzy składniki:

1. Aktywność (20 punktów).
2. Projekt (20 punktów): przygotowanie strategii marki.

Punktacja:

Do 50% – 2

Od 51% – 3

Od 61% – 3,5

Od 71% – 4

Od 81% – 4,5

Od 91% – 5

Praktyki zawodowe:

brak

Całkowity nakład pracy studenta

4 ECTS

2 - godziny kontaktowe

2 - 2 punkty za pracę własną studenta, którą student wykonuje przygotowując się do zajęć i w trakcie zajęć w wymiarze 30 godzin, jeśli praca własna wymaga więcej niż 30 godzin przygotowań (np. ze względu na formy dydaktyczne wykorzystywane na zajęciach)

Efekty uczenia się - wiedza

W1: Student posiada podstawową wiedzę z zakresu brandingu - K_W06, K_W14, K_W19.

Efekty uczenia się - umiejętności
U1: Student potrafi wykorzystać wiedzę w procesie brandingowym - K_U03, K_U07. U2: Student posiada umiejętność prowadzenia badań nad markami - K_U04, K_U07.
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K1: Student jest przygotowany do pracy w zespole projektowym zarządzającym strategiami marek - K_K03, K_K05.
Metody dydaktyczne
prezentacje multimedialne, case study, dyskusja
Metody dydaktyczne podające
- opis
Metody dydaktyczne poszukujące
- klasyczna metoda problemowa - projektu - studium przypadku
Wymagania wstępne
brak

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2013/14	
Przedmioty specjalizacyjne - dziennikarstwo - I st. - 2 rok - stacjonarne (2051-DZ-S1-2-SPEC)	2013/14	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2015/16	2015/16
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2017/18	2017/18
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2018/19	2018/19
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2013/14	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2021/22	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Marketing i reklama w nowych mediach (2401-D-S1-2-BPR-MiR)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Marketing and advertising in new media

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Opis:

1. Zajęcia organizacyjne.
2. Marketing, reklama, nowe media – definicje, pojęcia, wprowadzenie.
3. Content marketing – istota, strategia, narzędzia, dystrybucja.
4. Tworzenie treści, copywriting.
5. SEO, marketing organiczny, pozycjonowanie.
6. Google Ads – system reklamowy Google.
7. Media społecznościowe.
8. Popularne (i nie tylko!) działania marketingowe.
9. Influencer marketing, marketing afiliacyjny.
10. Strategia marketingowa.
11. Badania marketingowe.
12. Marketing i reklama – rynek pracy w Polsce, rozwój zawodowy.
13. Omówienie projektów zaliczeniowych.
14. Podsumowanie zajęć.

Literatura:

Literatura:

Barbara Stawarz, Content Marketing po polsku. Jak przyciągnąć klientów, PWN 2015.

Artur Jabłoński, Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting, Helion 2018.

Tomasz Stopka, Content Marketing. Dotrzyj, zainteresuj, zatrzymaj – sztuka pozyskiwania klientów za pomocą treści, Wydawnictwo Poltext 2017.

Joachim Bloos, Marketing praktyczny, Buyar Marketing 1992.

Darek Puzyrkiewicz, Biblia copywritingu, Helion 2017.

Maciej Dutko, Copywriting internetowy, PWN 2012.

Tomasz Gryniewicz, Znajdź się sieci. Internetowa rewolucja w Twojej firmie, Agora 2012.

Andrzej Bajdak i inni, Internet w marketingu, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne 2003.

Jarosław Królewski, Paweł Sala i inni, E-marketing. Współczesne trendy. Pakiet startowy, PWN 2013.

Evan Bailyn – Przechytzyć social media. Lektura obowiązkowa dla pasjonatów serwisów społecznościowych!, Helion 2013.

Monika Czaplicka, Zarządzanie kryzysem w social media, Helion, 2014.

Artur Maciorowski, E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online, Edgard 2013.

Franciszek (Frank) Krawiec – Marketing w firmie przyszłości, Difin 2005.

Brian Tracy – Marketing, MT Biznes 2019.

Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan – Marketing 4.0. Era cyfrowa, MT Biznes 2017.

Martin Lister, Jon Dovey, Seth Giddings, Iain Grant, Kieran Kelly - Nowe media. Wprowadzenie, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2009.

Paul Levinson - Nowe Nowe Medi, Wydawnictwo WAM 2010.

Tomasz Gackowski (red.) - Nowe media. Wyzwania i ograniczenia, Instytut Dziennikarstwa UW 2013.

Maria Nowina Konopka - Informoza. Zarządzanie informacją w nowych mediach, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2017.

Przydatne linki:

www.sprawnymarketing.pl

www.paweltkaczyk.com

www.marketingdlaludzi.pl

www.arturjablonski.com

www.frashmail.pl/blog

www.nowymarketing.pl

www.wirtualnemedia.pl

www.proto.pl

<https://www.contentpartner.pl/blog/>

www.blog.ecopywriting.pl

<https://learndigital.withgoogle.com/internetowerewolucje>

<https://detailed.com/marketing-blogs/> (lista 50 zagranicznych, popularnych i docenianych blogów marketingowych)

Metody i kryteria oceniania:

- ocena ciągła, której podlegają: aktywność na zajęciach, rozwiązywanie zadań;

- projekt zaliczeniowy (indywidualny lub w 2-3 osobowych zespołach);

- nieobecności powyżej trzech w semestrze wymagają zaliczenia w formie dodatkowej pracy zaliczeniowej.

Całkowity nakład pracy studenta
1 - punkt udział w zajęciach 1 punkt - bezpośredni kontakt z wykładowczynią (konsultacje, korespondencja mailowa)
Efekty uczenia się - wiedza
Student: - zna normy i reguły etyczne, jakie wpływają na działalność organizacji medialnych i/lub przedsiębiorstw branży reklamowej oraz marketingowej; - ma świadomość kompleksowej natury języka, jego złożoności i zmienności znaczeń; - zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości, w tym podmiotów funkcjonujących na rynku marketingowym; - ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności: dziennikarza zatrudnionego w prasie, radiu, telewizji, nowych mediach lub pracownika branży/działu PR i branding. - ma podstawową wiedzę na temat technologii informacyjnych i sposobów ich wykorzystania w pracy umysłowej.
Efekty uczenia się - umiejętności
Efekty uczenia się - umiejętności: Student: K_K01 Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści: - prawidłowo posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego zadania z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej; - wykorzystuje wiedzę w zakresie nauki o mediach i komunikacji społecznej do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej;
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
Student: K_K02 Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach specjalistycznych: - uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, uznaje samokształcenie za istotny warunek powodzenia na rynku pracy;
Metody dydaktyczne
Wybrane metody podające, problemowe, aktywizujące, eksponujące: studium przypadku pogadanka opowiadanie anegdota wykład prezentacja dyskusja inscenizacja burza mózgów film ćwiczenia metoda projektów
Metody dydaktyczne eksponujące
- inscenizacja
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji - metody oparte na współpracy - metody rozwijające refleksyjne myślenie - metody służące prezentacji treści - metody wymiany i dyskusji
Metody dydaktyczne podające
- opis - opowiadanie - pogadanka - wykład informacyjny (konwencjonalny) - wykład konwersatoryjny - wykład problemowy
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - doświadczeń - klasyczna metoda problemowa

Metody dydaktyczne poszukujące
- studium przypadku

Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2020/21	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Podstawy grafiki komputerowej (2401-D-S1-2-BPR-PGK)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Fundamentals of Computer Graphics

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Przedmiot poświęcony jest zagadnieniom tworzenia i edycji różnorodnych form obrazu. W trakcie zajęć poznane zostaną podstawowe narzędzia do tworzenia i edycji grafiki rastrowej (2/3D), wektorowej, logotypów oraz infografiki.

Opis:

Przedmiot poświęcony jest aspektom związanym z kreowaniem i edycją najpopularniejszych form obrazu. W ramach zajęć omówione zostaną metody tworzenia plakatów, wizytówek, retuszu wykonanych fotografii, edycji i przygotowania profesjonalnych projektów z tego zakresu. Zaprezentowane zostaną rozwiązania umożliwiające konwersję mediów pomiędzy różnymi formami zapisu. Uczestnicy poznają programy pozwalające na wykonanie projektów graficznych wymaganych przez pracodawców w przypadku tworzenia wizerunku, reklamy czy chociażby uatrakcyjnianiu stron WWW.

Tematyka zajęć:

1. Podstawowe pojęcia i definicje z zakresu grafiki komputerowej – 2 godz.

Omówienie terminów związanych z grafiką komputerową (bitmapa, wektor, rozdzielczość czy paleta barw). Różnice między grafiką rastrową i wektorową, podstawowe formaty plików.

2. Wprowadzenie do interfejsu programu graficznego (pakiet Adobe) – 2 godz.

Zapoznanie z wyglądem programu, rozmieszczeniem narzędzi oraz podstawową obsługą interfejsu i logiki działania wybranych programów do tworzenia i obróbki multimediów.

3. Przygotowanie projektu logo (Adobe Illustrator, Inkscape) – 2 godz.

Podstawy projektowania prostych znaków graficznych i tworzenie logotypów. Wykorzystanie kształtów, kolorów i typografii w celu stworzenia czytelnego i estetycznego projektu.

4. Podstawowa korekta fotografii (Adobe Photoshop) – 2 godz.

a. Kadrowanie – poprawnego komponowanie obrazu, poprawa proporcji zdjęcia.

b. Korekta / balans kolorów – metody poprawy nasycenia, kontrastu i balansu bieli.

c. Usuwanie przebarwień – narzędzia retuszu.

5. Podstawowe działania na warstwach (Adobe Photoshop) – 4 godz.

Organizacja projektu przy użyciu warstw, sposoby łączenia, grupowania i stosowania efektów warstwowych.

6. Edycja z wykorzystaniem maski (Adobe Photoshop) – 2 godz.

Precyzyjne ukrywanie lub odkrywania fragmentów obrazu.

7. Filtry i efekty wybranego programu graficznego (Adobe Photoshop) – 4 godz.

Omówienie sposobów wykorzystania filtrów w pracy twórczej i retuszu.

8. Obrazy RAW (wybrany program graficzny) – obróbka „surowych” fotografii – 2 godz.

Praca na plikach RAW, ćwiczenia korekty ekspozycji, cieni, światła i szczegółów.

9. Tekst w grafice komputerowej (Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign) – projekty typograficzne – 4 godz.

Praca z tekstem w projektach graficznych oraz dobór kroju pisma do charakteru projektu. Omówienie podstaw typografii i zasad czytelności tekstu.

10. Korekcja wyglądu postaci – 2 godz.

Techniki retuszu, usuwanie niedoskonałości w naturalny i subtelny sposób.

11. Prezentacja efektów pracy (Adobe InDesign, Adobe Photoshop) – 2 godz.

a. Dodawanie ramek i obramowań.

b. Znaki wodne – sposoby zabezpieczania projektów.

c. Plakaty – łączenie zdjęć, tekstu i grafiki w spójny projekt przeznaczony do prezentacji lub promocji.

12. Przygotowywanie projektów graficznych: (pakiet Adobe, wybrane programy do tworzenia i edycji multimediów) – 2 godz.

a. Do druku – zasady przygotowania plików w odpowiedniej rozdzielczości, formatach i przestrzeni barwnej.

b. Na potrzeby publikacji w Internecie – kompresja, optymalizacja i wyboru formatów graficznych w przestrzeni barwnej.

Literatura:

Literatura podstawowa:

1. Gałązka T. J., Kompozycja obrazu fotograficznego, Gliwice 2013

2. Chavez C., Adobe Photoshop PL: oficjalny podręcznik: edycja 2023, Gliwice 2023

3. Airey D., Logo Design Love: tworzenie genialnych logotypów: nowa odsłona, Gliwice 2018

4. Benicewicz-Miazga A., Grafika w biznesie: projektowanie elementów tożsamości wizualnej - logotypy, wizytówki oraz papier firmowy,

Gliwice 2012

5. Van de Wiele B., Adobe Photoshop, Illustrator i InDesign: współdziałanie i przepływ pracy: oficjalny podręcznik, Gliwice 2024
6. Wood B., Adobe Illustrator PL: oficjalny podręcznik: edycja 2023, Gliwice 2023
7. Kelby S., Cieślak P., Fotografia cyfrowa: edycja zdjęć, Gliwice 2013

Literatura uzupełniająca:

1. Wooldridge M., Stuart M., Photoshop CS6, Indianapolis 2012
2. Snider L., Photoshop CS6/CS 6 PL. Nieoficjalny podręcznik, Gliwice 2013
3. Waśko Z., Adobe Photoshop CS6/CS6 PL, Gliwice 2013
4. Gajda W., GIMP: ćwiczenia praktyczne, Gliwice 2011
5. Żebruń A., Żebruń K., GIMP: krok po kroku, Warszawa 2012
6. Adobe Creative Team. Adobe After Effects CS5. Oficjalny podręcznik. Gliwice 2011

Metody i kryteria oceniania:

1. Obecność i aktywność podczas zajęć dydaktycznych (możliwe dwie nieobecności) - U1, U2, U3, U4
2. Indywidualne zadania praktyczne z wykorzystaniem poznanych rozwiązań -odnośnie przetwarzania grafiki komputerowej (trzy wcześniej zapowiedziane zadania projektowe - wykonywane podczas zajęć, oceniane w skali 0-100% dla każdego z projektów) - W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1, K2

Punktacja zajęć:

- uczestnictwo i tworzenie projektów podczas zajęć (20% oceny)
- trzy projekty zaliczeniowe (80% oceny)

Ostateczna ocena z zajęć:

- 5 – 91% i więcej
- 4+ – 81% do 90%
- 4 – 71% do 80%
- 3+ – 61% do 70%
- 3 – 51% do 60%
- 2 – 50% i poniżej

Praktyki zawodowe:

nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta

Sumaryczny nakład pracy studenta: 90 godz. (3 ECTS), w tym:

1. Bezpośredni kontakt studenta z wykładowcą: 45 godz. (1.5 ECTS):
 - zajęcia laboratoryjne (zajęcia stacjonarne, uczestnictwo): 30 godz. (1 ECTS)
 - konsultacje z prowadzącym: 15 godz. (0.5 ECTS)
2. Praca indywidualna (przygotowanie do zajęć): 15 godzin (0,5 ECTS)
3. Ćwiczenia (utrwalenie poznanych metod i narzędzi, zapoznanie z literaturą przedmiotu, materiały dostępne asynchronicznie w systemie Moodle): 30 godz. (1 ECTS)

Efekty uczenia się - wiedza

- W1 - uczestnik zajęć zna technologie wykorzystywane do tworzenia i edycji obrazu, logotypu oraz infografiki - K_W03
W2 - student wie o konieczności ciągłego rozwoju swojej wiedzy z zakresu nowych mediów (grafiki komputerowej) - K_W03

Efekty uczenia się - umiejętności

- U1 - student potrafi stworzyć obraz i wykonać jego edycję (retusz) - K_U02
U2 - uczestnik posiada umiejętności wykorzystywania zaawansowanych funkcji programów graficznych - K_U02
U3 - student potrafi stworzyć infografikę - K_U02
U4 - student posiada umiejętności potrzebne do stworzenia logo - K_U02

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

- K1 - uczestnik zajęć jest świadomy intensywnych prac nad rozwojem technologii informatycznych z zakresu multimedialnych (grafiki komputerowej) - K_K02
K2 - słuchacz jest w stanie dyskutować na tematy związane z estetyką i poprawnością tworzenia i edycji projektów graficznych - K_K01

Metody dydaktyczne

- Wykład konwersatoryjny
- Ćwiczenia laboratoryjne
- Dyskusja dydaktyczna
- Metoda projektów

Metody dydaktyczne podające

- wykład konwersatoryjny

Metody dydaktyczne poszukujące

- ćwiczeniowa
- laboratoryjna
- projektu

Wymagania wstępne

Student powinien posiadać podstawowe umiejętności i wiedzę z zakresu obsługi sprzętu komputerowego oraz zainstalowanego na nim oprogramowania systemowego.

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: 2401-D-S1-2-BPR-PGK, w cyklu: <brak>, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

Wymagania wstępne**Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:**

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2013/14	
Przedmioty specjalizacyjne - dziennikarstwo - I st. - 2 rok - stacjonarne (2051-DZ-S1-2-SPEC)	2013/14	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2015/16	2015/16
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2017/18	2017/18
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2018/19	2018/19
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2013/14	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Warsztat rzecznika prasowego (2401-D-S1-2-BPR-WRP)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Press spokesman workshop

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Zadaniem przedmiotu jest zapoznanie studentów z charakterystyką oraz wyzwaniami pracy rzecznika prasowego i osób zajmujących się współpracą z mediami. Student poznaje zadania rzecznika prasowego, wymogi konieczne do pełnienia tej funkcji, a przede wszystkim formy pracy, takie jak informacje prasowe, oświadczenia i komunikaty, konferencje prasowe. Odrębna tematyka obejmuje komunikację kryzysową.

Opis:

Przedmiot składa się z dwóch części, z których pierwsza ma charakter teoretyczny i obejmuje m.in. prawne, etyczne i organizacyjne zasady pracy rzecznika prasowego. Część druga ma charakter praktyczny, poświęcona jest wybranym formom pracy rzecznika prasowego. W tej części studenci wykonują zadania, z którymi spotykają się w pracy rzecznika, jak przygotowanie informacji prasowej czy oświadczenia.

Zajęcia składają się z następujących bloków tematycznych:

- Zadania i rola rzecznika prasowego - wstęp teoretyczny do zajęć.
- Miejsce rzecznika prasowego w strukturze organizacyjnej firmy lub instytucji
- Teoria komunikacji i jej zastosowanie w pracy rzecznika prasowego
- Psychologiczne podstawy komunikacji medialnej
- Prawne uwarunkowania pracy rzecznika prasowego
- Zasady współpracy z mediami
- Informacja prasowa - konstrukcja i wymogi formalne
- Tytuł i nadtytuł w informacji prasowej
- Cele i zasady organizacji konferencji prasowych
- Komunikacja kryzysowa
- Media społecznościowe w pracy rzecznika prasowego.

Literatura:

Czechowska-Derkacz B, Zimniak M., Rzecznik prasowy : oczekiwania i możliwości : perspektywa teoretyczna i praktyczna, Warszawa 2015.

Martela I., Rott D., Rzecznik prasowy. Kompetencje interpersonalne - wybrane zagadnienia, Sosnowiec 2011.

Narożna D, Uwarunkowania funkcji rzecznika prasowego w Polsce - teoria i praktyka, Poznań 2018.

Pietrzak H., Hałaj J. B., Rzecznik prasowy. Teoria i praktyka, Rzeszów 2003.

Sokołowski M., Rzecznik prasowy instytucji publicznej, "Przegląd Policyjny", 4 (144), 2021.

Metody i kryteria oceniania:

Obecność na zajęciach, ocena ciągła aktywności podczas zajęć, praca w zespole wykonywana podczas zajęć, praca samodzielna wykonana poza zajęciami (informacja prasowa).

Ocena bardzo dobra: nie więcej niż dwie nieobecności na zajęciach, wzorowa aktywność podczas zajęć i udział w dyskusjach, praca samodzielna wypełniająca wszystkie wymogi i kryteria omówione podczas zajęć.

Ocena dobra/dobra plus: nie więcej niż dwie nieobecności, przeciętna aktywność podczas zajęć, udział w dyskusjach, praca samodzielna wypełniająca większość wymogów i kryteriów omówionych podczas zajęć.

Ocena dostateczna/dostateczna plus: nie więcej niż dwie nieobecności, niewielka aktywność podczas zajęć, praca samodzielna wypełniająca część wymogów i kryteriów omówionych podczas zajęć.

Ocena niedostateczna: więcej niż dwie nieobecności, brak aktywności na zajęciach, praca samodzielna nie wypełniająca wymogów i kryteriów omówionych podczas zajęć.

W przypadku większej liczby nieobecności student może indywidualnie zaliczyć materiał, warunkiem jest, by nieobecność wynikała ze stanu zdrowia, udziału w wydarzeniu naukowym organizowanym przez uniwersytet lub innego istotnego powodu i została usprawiedliwiona stosownym zaświadczeniem.

Praktyki zawodowe:

Nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta
Łącznie 3 punkty ECTS
1. Godziny realizowane z udziałem nauczycieli (1,5 ECTS): a. Zajęcia dydaktyczne: 30 b. Czas wymagany na przeprowadzenie konsultacji bezpośrednich, online i korespondencji mailowej z prowadzącym zajęcia: 10
2. Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta potrzebny do pomyślnego zaliczenia przedmiotu (1,5 ECTS): a. Samodzielna analiza studium przypadków prezentowanych na zajęciach: 15 b. Czas wymagany do przygotowanie pracy zaliczeniowej: 10 c. Zapoznanie się z literaturą 15

Efekty uczenia się - wiedza
Student/studentka po realizacji programu zajęć:
- ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową dotyczącą współpracy z mediami i polityki medialnej (K_W03)
- zna prawne, etyczne i organizacyjne uwarunkowania pracy rzecznika prasowego i osób zajmujących się kontaktami z mediami (K_W05)
- zna zasady funkcjonowania firm i instytucji w zakresie organizacji polityki medialnej i kontaktów z mediami (K_W06)

Efekty uczenia się - umiejętności
Student/studentka po realizacji programu zajęć:
- wdraża prawidłowe techniki komunikacji z mediami dostosowane do określonej sytuacji (K_U02)
- posiada umiejętność pisanie tekstów przeznaczonych dla dziennikarzy i redakcji spełniających założenia polityki informacyjnej wybranej firmy lub instytucji (K_U02)
- prowadzi spójną komunikację z mediami w ramach zaprogramowanej polityki informacyjnej wybranej firmy lub instytucji, w poszanowaniu istniejących norm prawnych i etycznych (K_U03)

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
Student/studentka po realizacji programu zajęć:
- rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia swojego warsztatu oraz kompetencji pozwalających wykonywać pracę rzecznika prasowego (K_K01)
- ma potencjał kształtowania opinii społecznej zgodnej z polityką medialną wybranej firmy lub instytucji (K_K04)
- identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą specjalisty z zakresu współpracy z mediami (K_K06)

Metody dydaktyczne
Metody poszukujące i podające.

Metody dydaktyczne podające
- opis

Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa
- giełda pomysłów
- laboratoryjna
- studium przypadku

Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny

Wymagania wstępne
Student/studentka ma ogólną wiedzę dotyczącą kształtowania polityki informacyjnej i medialnej, a także opanowane podstawy warsztatu dziennikarskiego związanego z przygotowywaniem tekstów informacyjnych. Wykazuje się etyczną postawą właściwą dla osób mających wpływ na opinię publiczną.

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: 2401-D-S1-2-BPR-WRP, w cyklu: <brak>, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

<bez przypisanego programu>			
	Typ punktów	Liczba	Cykl pocz. Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)		3	2020/21

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Branding medialny (2401-D-S1-2-DNM-BM)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Media branding

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Zajęcia z brandingu medialnego mają za zadanie przybliżyć studentom proces tworzenia, zarządzania i komunikowania marki. Na kolejnych spotkaniach będziemy poruszać zagadnienia kluczowe dla zrozumienia brandingu i umiejscowienia go w procesie budowania tożsamości całej organizacji.

Opis:

1. Zajęcia wprowadzające
2. Branding - koncepcja
3. Badania - Insights 1
4. Badania - Insights 2
5. Cel/Idea przewodnia marki
6. Brand Value
7. Misja, wizja
8. ToV/Claim/Komunikaty
- 9-10. Grupy docelowe/persony
11. Pozycjonowanie
- 12-14. Taktyki/działania
15. Prezentacja projektów zaliczeniowych i podsumowanie zajęć

Literatura:

Podręcznik:

Wheeler Alina. 2010. Kreowanie marki. Warszawa: PWN

Literatura dodatkowa:

Aaker David A. 1996. Building Strong Brands. London: Pocket Books.

Brown Tim. 2013. Zmiana przez design. Jak design thinking zmienia organizacje i pobudza innowacyjność. Wrocław: Libron.

Evamy Michael. 2009. Logo. Przewodnik dla projektantów. Warszawa: PWN.

Hampf Anders, Lindberg-Repo Kirsti. 2011. Branding: The Past, Present, and Future: A Study of the Evolution and Future of Branding. Helsinki: Haken School of Economics.

Ots Mart (ed.). 2008. Media Brands and Branding. Jonkoping: JIBS.

Metody i kryteria oceniania:

Zasady gry

1. Obecność na zajęciach (również online) jest obowiązkiem każdego z Państwa. Niezależnie od powodu dopuszczam dwie nieobecności. Trzecią nieobecność należy niezwłocznie odrobić. Czwarta nieobecność oznacza niezaliczenie kursu!
2. Na zajęciach nie podnosimy ręki, kiedy chcemy coś powiedzieć. Możecie Państwo zabierać głos, kiedy macie coś wartościowego do powiedzenia. Nie mówimy jeden przez drugiego, nie przekrzykujemy się, i szanujemy opinie innych dyskutantów.
3. Na zajęciach nie korzystamy z telefonów komórkowych, tabletów, komputerów w celach innych niż te związane z zajęciami.

Na ocenę ostateczną składają się trzy składniki:

1. Aktywność podczas prac projektowych (30 punktów)
2. Projekt (30 punktów): przygotowanie strategii marki startupu.

Punktacja:

Do 50% – 2

Od 51% – 3

Od 61% – 3,5

Od 71% – 4

Od 81% – 4,5

Od 91% – 5

Całkowity nakład pracy studenta

4 ECTS

2 - godziny kontaktowe

2 - 2 punkty za pracę własną studenta, którą student wykonuje przygotowując się do zajęć i w trakcie zajęć w wymiarze 30 godzin, jeśli praca własna wymaga więcej niż 30 godzin przygotowań (np. ze względu na formy dydaktyczne wykorzystywane na zajęciach)

Efekty uczenia się - wiedza

W1: Student posiada podstawową wiedzę z zakresu brandingu - K_W06, K_W14, K_W19.

Efekty uczenia się - umiejętności

U1: Student potrafi wykorzystać wiedzę w procesie brandingowym - K_U03, K_U07.

U2: Student posiada umiejętność prowadzenia badań nad markami - K_U04, K_U07.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K1: Student jest przygotowany do pracy w zespole projektowym zarządzającym strategiami marek - K_K03, K_K05.
Metody dydaktyczne
prezentacje multimedialne, case study, dyskusja
Metody dydaktyczne eksponujące
- pokaz
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji - metody oparte na współpracy - metody rozwijające refleksyjne myślenie - metody służące prezentacji treści - metody wymiany i dyskusji
Metody dydaktyczne podające
- opis - opowiadanie - pogadanka
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - giełda pomysłów - klasyczna metoda problemowa - projektu - punktowana - studium przypadku - SWOT
Wymagania wstępne
Brak

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2020/21	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2020/21	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2021/22	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Tworzenie stron www (2401-D-S1-2-DNM-TSW)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Web Design

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Strona WWW:

<https://moodle.umk.pl/WFINS/course/view.php?id=435>

Skrócony opis:

Przedmiot poświęcony jest zagadnieniom projektowania serwisów WWW. Jego celem jest przedstawienie technologii związanych z tworzeniem publikacji elektronicznych w Internecie.

Opis:

W ramach laboratorium przybliżone zostaną aspekty odnośnie najnowszych technologii w zakresie tworzenia, zarządzania i najpopularniejszych form udostępniania treści w Sieci. Przedstawione zostaną języki formatowania tekstu, systemy zarządzania treścią. Zaprezentowane zostaną narzędzia wspomagające przyszłą pracę projektantów stron WWW, ich administratorów i redaktorów serwisów internetowych.

Tematyka zajęć:

1. Podstawowe pojęcia i rys historyczny rozwoju serwisów informacyjnych WWW – 2 godz.
2. Narzędzia do tworzenia i edycji stron WWW, proces walidacji – 2 godz.
3. Podstawy języka HTML – 4 godz.
4. Wstęp do języka CSS (szablony stron) – 2 godz.
5. Zastosowania języków programowania (JavaScript) – 2 godz.
6. Omówienie procesu projektowania serwisu WWW – 2 godz.
7. Wprowadzenie do Systemów Zarządzania Treścią (typologia) – 1 godz.
8. Wybrany(e) system(y) CMS - instalacja, wymagania, zastosowania – 2 godz.
 - a. Wprowadzenie do interfejsu (ustawienia) – 2 godz.
 - b. Strony statyczne, posty, komentarze – 2 godz.
 - c. Personalizacja wyglądu (szablony i ich ustawienia) – 2 godz.
 - d. Struktura serwisu (menu, widgety) – 2 godz.
 - e. Dodatki (rozszerzanie funkcjonalności serwisu) – 4 godz.
9. Trendy i technologie – przyszłość tworzenia serwisów internetowych – 1 godz.

Literatura:

1. DuRocher D. HTML i CSS. Przewodnik dla początkujących., Gliwice 2023.
2. Hussain F. Responsive Web Design. Nowoczesne strony WWW na przykładach. Gliwice 2019.
3. Pieszczyk S. Joomla! 3.x. Praktyczny kurs, Gliwice 2016.
4. Robbins J., Projektowanie stron internetowych. Przewodnik dla początkujących webmasterów po HTML5, CSS3 i grafice. Gliwice 2020
5. Wimmer P. WordPress 5. Rewolucja Gutenberga. Gliwice 2020.

Metody i kryteria oceniania:

1. Aktywność w zajęciach dydaktycznych,
2. Indywidualne zadania praktyczne z wykorzystaniem poznanych rozwiązań
3. Przygotowanie i prezentacja indywidualnego projektu serwisu WWW

Punktacja zajęć:

- obecność na zajęciach (15 pkt)
- aktywność na zajęciach (15 pkt)
- realizacja zadań (30 pkt)
- projekt końcowy - serwis WWW (40 pkt)

Ostateczna ocena z zajęć (pkt):

- 5 – 90 i więcej
- 4+ – 80 do 89
- 4 – 70 do 79
- 3+ – 60 do 69
- 3 – 50 do 59
- 2 – 49 i poniżej

Praktyki zawodowe:

nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta

1. Godziny realizowane z udziałem nauczyciela - 30h ćwiczeń oraz konsultacji w ramach dyżurów (1,5 ECTS - 45h)
2. Czas pracy indywidualnej (0,5 ECTS - 15h)
3. Czas na wykonanie projektów (1 ECTS - 30h)

RAZEM 3 ECTS (90h)

Efekty uczenia się - wiedza
KW03: student rozpoznaje technologie związane z serwisami WWW KW04: uczestnik zajęć posiada świadomość w zakresie potrzeby doskonalenia swoich umiejętności w zakresie najnowszych technologii internetowych
Efekty uczenia się - umiejętności
K_U02: student potrafi stworzyć serwis WWW na podstawie wybranych narzędzi przedstawionych podczas toku nauczania K_U03: uczestnik zajęć posiada umiejętność przygotowania treści do późniejszej publikacji w Internecie K_U06: student sprawnie zarządza stronami WWW stworzonymi przy pomocy systemów zarządzania treścią
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K_K02: uczestnik zajęć jest świadomy intensywnych prac nad rozwojem technologii informatycznych i rozumie potrzebę poszerzania wiedzy i umiejętności w tym zakresie K_K04: słuchacz jest w stanie dyskutować na tematy związane z estetyką i poprawnością wykonania stron i portali WWW K_K05: student potrafi współpracować w grupie, w ramach tworzenia podstawowych projektów serwisów
Metody dydaktyczne
- Ćwiczenia laboratoryjne - Metoda projektów - Metody służące prezentacji treści
Metody dydaktyczne podające
- wykład konwersatoryjny
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - laboratoryjna - projektu
Wymagania wstępne
Student powinien posiadać podstawowe umiejętności i wiedzę z zakresu obsługi sprzętu komputerowego oraz zainstalowanego na nim oprogramowania systemowego.

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2012/13	
Przedmioty specjalizacyjne - dziennikarstwo - I st. - 2 rok - stacjonarne (2051-DZ-S1-2-SPEC)	2012/13	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2015/16	2015/16
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2017/18	2017/18
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2018/19	2018/19
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	2	2012/13	2012/13
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2013/14	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Warsztat dziennikarza internetowego (2401-D-S1-2-DNM-WDI)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Internet journalist workshop

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Warsztat dziennikarza internetowego to zajęcia obejmujące wiedzę i umiejętności praktycznie niezbędne do pracy dziennikarza w Internecie.

Opis:

Przedmiot wprowadza studentów w praktykę pracy dziennikarza online, łącząc wiedzę teoretyczną z działaniami warsztatowymi. Studenci poznają specyfikę mediów internetowych oraz dziennikarstwa cyfrowego, nauczą się organizacji pracy redakcji, tworzenia artykułów dostosowanych do warunków internetu oraz wykorzystywania narzędzi wspierających pracę (SEO, analityka, media społecznościowe, AI). Studenci zdobywają także kompetencje w analizie i tworzeniu przykładów dziennikarstwa obywatelskiego i śledczego, a także świadomość prawną i etyczną niezbędną w pracy w przestrzeni cyfrowej. Zajęcia mają charakter praktyczny i nastawione są na tworzenie własnych publikacji internetowych oraz prac w grupach.

Literatura:

1. L. Olszański, Media i dziennikarstwo internetowe, Warszawa 2012

2. J. Wrycza-Bekier, Werwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu, Gliwice 2013

3. Evan Bailyn, SEO dla każdego, Gliwice cop. 2014.

4. Eric Enge, Stephan Spencer, Jessie Stricchiola, Rand Fishkin, Sztuka SEO. Optymalizacja witryn internetowych, Gliwice 2013

5. K. Wolny-Zmorzyński, Internetowe gatunki dziennikarskie, Warszawa 2010

Metody i kryteria oceniania:

1. Obowiązek uczestnictwa w zajęciach. Dozwolone są dwie nieobecności.

2. Podstawą zaliczenia zajęć jest aktywny udział w zajęciach oraz zaliczenie wszystkich modułów zajęć. Każdy moduł kończy się konkretnym zadaniem.

3. Ocena końcowa z kursu będzie zależna od uzyskanej liczby punktów. W sumie można zdobyć 100 punktów.

pow. 91 = 5

81-90 = 4,5

71-80 = 4

61-70 = 3,5

51-60 = 3

pon. 51 = 2

Całkowity nakład pracy studenta

1. Godziny realizowane z nauczycielem: 30 h laboratorium + konsultacje (1,5 ECTS)

2. Czas poświęcony na przygotowanie zadań zaliczeniowych (1,5 ECTS)

Razem: 3 ECTS

Efekty uczenia się - wiedza

K_W01 Student posiada wiedzę z zakresu funkcjonowania mediów internetowych i ich miejsca w systemie medialnym.

K_W03 Student posiada szczegółową wiedzę z zakresu funkcjonowania serwisów internetowych, ich strategii i struktur. Student rozumie odmienne i nowoczesne gatunki dziennikarstwa internetowego oraz zasady ich stosowania w praktyce, ze szczególnym uwzględnieniem multimedialności i interaktywności.

K_W05 Student zna i rozumie prawne i etyczne uwarunkowania dziennikarstwa internetowego.

K_W06 Student zna i rozumie zasady tworzenia serwisów online oraz zasady funkcjonowania komercyjnych mediów internetowych.

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U01 Student potrafi wyszukiwać, selekcjonować, weryfikować i wykorzystywać rzetelne źródła informacji dostępne w internecie do tworzenia publikacji cyfrowych.

K_U02 Student umiejętnie konstruuje treści internetowe, w tym nagłówki, leady, artykuły oraz materiały multimedialne (foto, wideo) zgodnie z zasadami komunikacji online.

K_U06 Student planuje i organizuje pracę indywidualną oraz pracę w grupach w ramach zespołu redakcyjnego serwisu online.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K_K01 Student jest gotów do krytycznego oceniania jakości, wiarygodności i etyczności publikowanych treści internetowych, wykazuje świadomość społecznej odpowiedzialności dziennikarza online.

K_K03: Student potrafi współpracować w grupie podczas realizacji projektów dziennikarskich online, komunikować się efektywnie w pracy redakcyjnej oraz przyjmować różne role w zespołach projektowych

Metody dydaktyczne

ćwiczeniowa, laboratoryjna, studium przypadku, sytuacyjna, wykład problemowy

Metody dydaktyczne podające

- wykład problemowy

Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - laboratoryjna - studium przypadku - sytuacyjna
Wymagania wstępne
Umiejętność obsługi komputera, wiedza z zakresu dziennikarstwa i kultury języka

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1- specjalności (2401-D-s1-2S)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2019/20	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Metody i techniki badań (2401-D-S1-2-MiTB)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Research methods and techniques

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Założenie i cele przedmiotu to zapoznanie Studentów z podstawowymi problemami metodologii badań w komunikologii i naukach społecznych (specyfika przekazu medialnego, społeczeństwo sieci, analiza treści, obserwacja, eksperyment, socjolingwistyka, sondaż, metoda monograficzna, metoda historyczna, metoda dokumentów osobistych), począwszy od klasycznych ujęć zaproponowanych przez antropologię społeczną i Webera, podejście komunikologiczne po metody współczesne.

Opis:

Plan wykładu (podstawowe zagadnienia tematyczne)

1. Wprowadzenie
 - efekty uczenia się
 - program zajęć
 - zasady zaliczenia przedmiotu
 - etyka podczas zajęć
2. Metody i techniki badań – podstawowe zagadnienia
 - metody i techniki badań
 - metody jakościowe i ilościowe
 - definicje
 - pojęcia
 - wskaźniki
3. Obserwacja i intensywne badania terenowe
 - cechy obserwacji jako metody badań i jej typy
 - obserwacja uczestnicząca
 - obserwacja nieuczestnicząca
 - role badacza i badanego
4. Sondaż jako metoda badań
 - krótka historia sondaży
 - użyteczność badań sondażowych
 - próba i podstawowe metody doboru próby
5. Kwestionariusz w badaniach sondażowych i sondaże online
 - budowa kwestionariusza
 - tendencjonalność sondaży
 - efekt ankietera i efekt respondenta
 - specyfika badań sondażowych online
- 6-7. Analiza treści
 - dane w analizie treści
 - teksty jako podstawa analizy treści
 - zarządzanie danymi a interpretacja danych
 - kodowanie
 - próbkowanie
8. Wizualność w badaniach
 - wzrokocentryzm
 - analiza materiałów wizualnych
 - wizualność w internecie
- 9-10. Proces badawczy
 - proces badawczy i jego cechy
 - z czego składa się proces badawczy
 - co warto wiedzieć o pisaniu prac akademickich
11. Metoda biograficzna (historyczna) i metoda dokumentów osobistych
 - Tatuś Muminka pisze pamiętnik
 - cechy monografii jako metody badań
 - cechy metody historycznej jako metody badań
 - źródła w metodzie historycznej
 - cechy metody dokumentów osobistych jako metody badań

-przyczyny dokumentacji własnych losów przez człowieka
-badania W.Thomasa i F. Znanieckiego

12-13. Eksperyment

-cechy eksperymentu jako metody badań
-schematy badań eksperymentalnych
-dobór uczestników eksperymentu
-przykłady badań eksperymentalnych: faraon Psametyk, Stanley Milgram, Philip Zimbardo

14. Jakość jako problem w badaniach społecznych

-jakość w badaniach
-podnoszenie jakości w badaniach
-triangulacja i jej rodzaje

15. Etyka w badaniach społecznych

-etyka i jakość w badaniach
-problemy etyczne w badaniach
-zasady etycznego postępowania w trakcie badań

Literatura:

Lektury podstawowe

Babbie E., 2004 Badania społeczne w praktyce. Warszawa;

roz.: 2, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12, 18, 19

Babbie E., 2010 Podstawy badań społecznych. Warszawa;

roz.: 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 12

trzeba wybrać jedno z powyższych opracowań

Lektury uzupełniające

Becker H.S. 2013 Warsztat pisarski badacza. Warszawa; roz. 1-5, 8

Kozinets R.V., 2012 Netnografia. Badania etnograficzne online. Warszawa,

roz.: 3-7

Rose G., 2010 Interpretacja materiałów wizualnych. Warszawa;

roz.: 1, 3, 5, 7-9

Silverman D., 2007 Interpretacja danych jakościowych. Warszawa;

roz.: 5-7, 9

Metody i kryteria oceniania:

ZASADY PRZEPROWADZANIA I OCENIANIA EGZAMINU

1.Egzamin obejmuje wiedzę uzyskaną w toku wykładów, materiał z laboratoriów oraz pozycje z zestawu lektur.

2.W zależności od sytuacji epidemiologicznej egzamin odbędzie się albo (I) pisemnie „na żywo” w sali wykładowej albo (II) ustnie w formie zdalnej (na Teams). Egzamin odbywa się w sesji zimowej - terminy egzaminu podane zostaną na stronie www. Wydziału (po konsultacji z Uczestnikami zajęć).

3.Do egzaminu dopuszczeni są Uczestnicy zajęć, którzy:

-zapisani są na zajęcia w syst. USOS,
-uzyskali pozytywną ocenę z laboratoriów.

I. EGZAMIN PISEMNY

Egzamin pisemny składa się z pytań trojakiemu typu

1. Pytania dotyczące pojęć
2. Pytania problemowe
3. Rozwiązanie problemu badawczego

1. Pojęcia wyjaśniamy 2-3 zdaniami, tak by pokazać, że rozumiemy jakieś szczegółowe zagadnienie, przytaczając najważniejsze kwestie. Odpowiadając na pytania dotyczące pojęć należy:

–podać definicję pojęcia
–wskazać najważniejsze cechy i punkty wyróżniające dane pojęcie
–o ile możliwe: przywołać autorów danej koncepcji

Przykłady: wskaźnik, indeks, skala, eksperyment podwójnie ślepy, obserwacja uczestnicząca

2. Problemy wyjaśniamy na tyle szeroko, by pokazać, że rozumiemy jakiś ogólny czy szerszy zagadnienie. Odpowiedź stanowi zazwyczaj dłuższą formę pisemną, np. omawiającą jakąś konkretną metodę badawczą. Odpowiadając na pytania problemowe należy (tam, gdzie to możliwe):

–podać definicję/definicje problemu i związane z nim podstawowe pojęcia, typologie, funkcje
–omówić najważniejsze cechy i punkty wyróżniające daną koncepcję, koncepcję
–przywołać autorów danej koncepcji i ich podejście
–pokazać główne podejścia teoretyczne w ramach koncepcji oraz jej zastosowania
–wskazać, jakie metody badawcze mogą zostać zastosowane do rozwiązania określonego problemu badawczego

Przykłady: metoda dokumentów osobistych jako metoda badań, obserwacja jako metoda badań, eksperyment jako metoda badań

3. Rozwiązanie problemu badawczego

W tym pytaniu chodzi o:

–zastanowienie się nad realnym problemem badawczym
–zaproponowanie odpowiedniej dla przeprowadzenia badania empirycznego metody badawczej
–uzasadnienie zaproponowanej metody w danym badaniu.

Przykład pytania: Planujesz zbadać obraz społeczeństwa polskiego w serialu „Czterdziestolatek” J.Gruzy. Jakiej metody / metod użyjesz i dlaczego? Jakie są ich zalety i ograniczenia w stosunku do analizowanego problemu? W jaki sposób przeprowadzisz triangulację?

Egzamin oceniany jest w systemie punktowym wg akademickiej skali, gdzie ocena pozytywna uzyskana zostaje przez osoby, które zdobyły 60% punktów. Pytania oceniane są osobno – suma punktów stanowi podstawę oceny. Za odpowiedzi można uzyskać (trzeba to uwzględnić przy udzielaniu odpowiedzi):

0-1 pkt za każde wyjaśnione pojęcie

0-5 pkt za każdy omówiony problem

0-3 za rozwiązanie problemu badawczego

II. EGZAMIN USTNY

Po zalogowaniu Zdający/Zdająca otrzymuje zestaw 4 pytań dot. przedmiotu naszych zajęć (z treści wykładów i ćwiczeń). Pytania dotyczą pojęć i problemów - omawiam je poniżej przy p. II. Pytanie nr 4 to zadanie polegające na zaproponowaniu planu badania na zadany temat. Należy zatem:

–dobrać do tematu metodę/metody badania, odpowiedniej dla przeprowadzenia badania empirycznego

–uzasadnić wybór tej metody / tych metod w danym badaniu

–wskazać zalety i ograniczenia proponowanej metody/metod

–zastanowić się nad tym, jaką metodą / metodami można przeprowadzić triangulację w badaniu.

Przykład pytania: Planujesz zbadać treści ideologiczne w serialu „Kuce z Bronxu”. Jakiej metody / metod użyjesz i dlaczego? Jakie są ich zalety i ograniczenia w stosunku do analizowanego problemu? W jaki sposób przeprowadzisz triangulację?

Terminy egzaminów (I oraz II termin poprawkowy) wyznaczane są w porozumieniu ze Studentami (na kilka tygodni przed sesją) i ogłaszane są na stronie www. wydziału (terminarz egzaminów). Wyniki egzaminów ogłaszane są w systemie USOSWeb (oceny są wpisywane dla całej grupy po sprawdzeniu wszystkich egzaminów). Egzaminy warunkowe (oba terminy) odbywają się po zakończeniu sesji. Ich zakres i przebieg jest analogiczny do egzaminów I i II terminu. Wyniki egzaminów warunkowych podawane są indywidualnie podczas dyżurów.

Czas trwania egzaminu pisemnego – ok. 45 minut od podyktowania pytań

Kolejność odpowiedzi – dowolna

Proszę NIE WYMYŚLAĆ własnych teorii i nie pisać, co przyjdzie do głowy

ŚCIAGANIE

ściąganie to wszelkie niedozwolone formy zdawania egzaminu obejmujące używanie pomocy książkowych, zeszytów, notatek, przygotowanych przez siebie ściąg, korzystania z podpowiedzi mądrzejszych od siebie sąsiadów lub gadżetów elektronicznych

Ściągamy na własne ryzyko – nie należy tego robić, jednak jeśli ktoś tak czyni – proszę liczyć się z konsekwencjami

Osoba, która została 'złapana' na ściąganiu kończy egzamin z oceną niedostateczna

Praktyki zawodowe:

nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta

1. Godziny realizowane z udziałem nauczycieli (4 ECTS):

a. Zajęcia dydaktyczne wykład: 30

b. Zajęcia dydaktyczne laboratorium: 30

c. Czas wymagany na przeprowadzenie konsultacji bezpośrednich, online i korespondencji mailowej: 10

d. Czas wymagany na zapoznanie się z wynikami egzaminu (omówienie egzaminacyjnej pracy pisemnej): 10

e. Czas wymagany na zapoznanie się z wynikami prac raportowych (omówienie prac pisemnych): 20

2. Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta potrzebny do pomyślnego zaliczenia przedmiotu (4 ECTS):

a. Zapoznanie się z podstawową literaturą przedmiotu: 20

b. Zapoznanie się z uzupełniającą literaturą przedmiotu: 10

c. Czas wymagany do przygotowania się do egzaminu pisemnego: 30

c. Czas wymagany do przygotowania pisemnych prac raportowych: 40

Efekty uczenia się - wiedza

K_W08

Ma wiedzę dotyczącą procesów komunikacji społecznej; rozumie złożoność, wielowymiarowość, wielopłaszczyznowość i najważniejsze uwarunkowania tych procesów w odniesieniu do prowadzenia badań społecznych i medialnych.

S1A_W03

S1A_W05

K_W10

Ma elementarną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie nauk społecznych, w tym medioznawstwa oraz studiów nad komunikacją, w szczególności – o problemach badawczych, metodach, technikach, narzędziach badawczych; zna podstawowe tradycje paradygmatyczne badań społecznych i komunikologicznych, z których wywodzą się poszczególne metody.

S1A_W06

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U02

Posiada umiejętność wykorzystania podstaw wiedzy teoretycznej do opisu i praktycznego analizowania konkretnych procesów i zjawisk społecznych, właściwych dla obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz prowadzenia badań społecznych.

S1A_U02

K_U08

Rozumie i analizuje zjawiska społeczne w kontekście prowadzenia badań społecznych i medialnych.

S1A_U08

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K_K03 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, także status i zadania lidera w odniesieniu do prowadzenia badań społecznych i medialnych. S1A_K02 K_K04 Potrafi określić priorytety służące realizacji zadania, określonego przez siebie lub przez innych przy prowadzeniu badań komunikacji i mediów. S1A_K03
Metody dydaktyczne
Wykład prowadzony będzie w formie stacjonarnej - w cyklu spotkań co tydzień. Jeśli wykład prowadzony będzie zdalnie: odbywać się będzie na platformie MS Teams w czasie rzeczywistym. Wykład ilustrowany jest multimedialnymi prezentacjami (fragmenty filmów, wycinki z gazet, obrazki z sieci, komiksów, reklam, etc.)
Metody dydaktyczne podające
- opis - wykład informacyjny (konwencjonalny) - wykład problemowy
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
Wymagania wstępne
1. Forma kursu Nasz cykl spotkań na przedmiocie „Metody i techniki badań” obejmuje wykłady i laboratorium (30 + 30), po których następuje zaliczenie w formie egzaminu. By do niego przystąpić musicie mieć Państwo zaliczone laboratorium. A o samych laboratoriach – szczegółowo w sylabusie laboratorium. 2. Forma wykładów Wykłady odbywają się w formie stacjonarnej, ale musimy być gotowi, by w razie pandemii przejść do formy zdalnej. Stacjonarnie - oznacza spotkania co tydzień w sali wykładowej. Zdalnie - oznacza, że będziemy pracować na platformach: MS Teams oraz MOODLE – obie dostępne z serwerów UMK. Na Teams będziemy łączyć się w czasie rzeczywistym, czyli w godzinach przeznaczonych na wykład (wg planu tygodniowego). Natomiast na Moodle będą umieszczane dodatkowe materiały do wykładów i laboratoriów, będą pojawiać się w zależności od wymagań (będą nie do wszystkich zajęć). Niezależnie od formy spotkań podczas wykładu, dobrze byłoby się zapoznać z sylabusem przed rozpoczęciem całego cyklu spotkań. 3. Egzamin Tradycyjnie egzamin obejmować będzie tematykę poruszaną na wykładach i laboratoriach oraz pozycje z zestawu lektur. Jeżeli sytuacja epidemiologiczna pozwoli egzamin odbędzie się pisemnie „na żywo” w sali wykładowej. W przypadku konieczności egzaminu zdalnego - zdajemy ustnie (na Teams). Decyzja o formie egzaminu będzie podjęta przed sesją przez władze UMK. 4. Zachowanie podczas wykładów Spotkania stacjonarne: Spotkania odbywane tradycyjnym akademickim trybem na sali wykładowej. Wykładowi zazwyczaj towarzyszyć będzie prezentacja z rzutnika. Spotkania zdalne: Podczas trwania wykładów proszę o wyłączenie mikrofonów na własnym urządzeniu, kamerkę natomiast możecie Państwo mieć włączoną lub wyłączoną, decyzja należy do Was. Gdybyście chcieli zapytać o coś dotyczącego treści wykładu w jego trakcie – proszę o użycie przycisku „podnieś rękę” (czyli to, co nazywamy „łapką”). 5. Etyka podczas zajęć Uczestnictwo w wykładach jest nieobowiązkowe, jednak nie znaczy to, że pierwszy raz pojawić się należy na egzaminach. Warto brać udział w zajęciach, również tych o formule wykładu. Korzyści są różnorakie, a najważniejsza to wstępne zaznajomienie się z materiałem, którego trzeba się będzie nauczyć do egzaminu. Osoby uczestniczące w wykładach muszą pamiętać, że decydując się na przyjście na zajęcia nie powinny rozpraszać swej uwagi inną aktywnością, choć z socjologii i antropologii kulturowej doskonale wiadomo, że ludzie zachowują się w różnorodny, również dewiacyjny, sposób. Osoba o rozproszonej uwadze lub nadaktywna werbalnie (zajęta prowadzeniem kontr-wykładu) stanowi podczas wykładu bardzo zły przykład dla innych (grupa odniesienia negatywnego) i może stać się obiektem uszczypliwych komentarzy (kontrola społeczna) lub zostać uprzejmie poproszona o opuszczenie sali. Szczególne niebezpieczeństwo płynie ze strony urządzeń mobilnych (tabletów, smartfonów, laptopów) i możliwości, jakie dają, np. przeglądanie stron internetowych podczas wykładu, czytanie wpisów na społecznościówkach, czy głupawe śmianie się do ekranu. NALEŻY UNIKAĆ TAKIEGO ZACHOWANIA. Dlatego też, jeżeli urządzenia te nie służą do notowania wykładanych treści, to należy pozostawić je w torbach, plecakach, czy kieszeniach (można je dla pewności wyłączyć przed wykładem). 6. Studentki i Studenci ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi oraz studijący wg indywidualnej organizacji studiów mają możliwość ustalenia indywidualnego trybu odbywania zajęć w ramach możliwości organizacyjnych, co dotyczy zajęć laboratoryjnych. Ustalenie takiego trybu odbywania zajęć musi mieć miejsce (mailowo lub podczas dyżuru) w ciągu pierwszego tygodnia od rozpoczęcia zajęć dydaktycznych.

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	6	2019/20	2019/20
European Credit Transfer System (ECTS)	8	2020/21	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Pracownia badań medioznawczych (2401-D-S1-2-PBM)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Media research lab

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Strona WWW:

<https://moodle.umk.pl/course/view.php?id=3040>

Skrócony opis:

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z procedurami badawczymi w naukach społecznych ze szczególnym naciskiem na dziennikarstwo i komunikację społeczną. W konsekwencji słuchacze powinni uzyskać dobrą orientację w odniesieniu do doboru odpowiednich metod, technik, konstruowania narzędzi oraz analizy zebranego materiału empirycznego. W efekcie będą w stanie sami zaprojektować oraz przeprowadzić w grupach własne badania wybranego problemu badawczego, dokonać analizy danych oraz przygotować raport końcowy.

Opis:

1. Zajęcia organizacyjne
2. Problem badawczy, pytania i hipotezy, conceptualizacja i operacjonalizacja
3. Wybór metody badawczej, opracowanie populacji i doboru próby
- 4-6. Budowa narzędzia badawczego i pilotaż
7. Prezentacja raportów
8. Podsumowanie zajęć i omówienie raportów

Literatura:

- E. Babbie. 2013. Podstawy badań społecznych. Warszawa: PWN.
R. Bäcker et.al. 2016. Metodologia badań politologicznych. Warszawa: PTNP.
W. Creswell. 2013. Projektowanie badań naukowych. Metody, jakościowe, ilościowe, mieszane. Kraków: Wyd. UJ.
R. Kozinets. 2012. Netnografia. Badania etnograficzne online. Warszawa: PWN.
G. Rose. 2010. Interpretacja materiałów wizualnych. Krytyczna metodologia badań nad wizualnością. Warszawa: PWN.
D. Silvermann. 2008. Interpretacja danych jakościowych. Warszawa: PWN.
R.D. Wimmer, J. R. Dominick. 2006. Mass media. Metody badań. Kraków: Wyd. UJ.

Metody i kryteria oceniania:

- obecność – dopuszczalna jest 1 nieobecność. 2 nieobecności należy niezwłocznie odrobić na dyżurze. 3 nieobecności skutkuje skreśleniem z listy.
- aktywność – w trakcie zajęć oceniane będzie zaangażowanie studentów w pracę w zespołach badawczych. Maksymalnie 10 pkt.
- projekt badawczy – praca nad projektem odbywa się w 3-osobowych grupach. Obejmuje ona skonstruowanie narzędzia badawczego, zebranie danych empirycznych oraz ich analizę, a także na koniec semestru oddanie pisemnego raportu i przedstawienie prezentacji multimedialnej. Maksymalnie 30 pkt.

PKT OCENA

Do 20 2,0

21 – 24 3,0

25 – 28 3,5

29 – 32 4,0

33 – 36 4,5

37 – 40 5,0

Praktyki zawodowe:

brak

Całkowity nakład pracy studenta

1 ECTS (30h)- godziny kontaktowe - uczestnictwo w zajęciach i konsultacje

1 ECTS (30h) - przygotowanie projektu badawczego, przeprowadzenie badań i przygotowanie raportu końcowego

Suma: 2 ECTS (60h)

Efekty uczenia się - wiedza
K_W01 Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej, zna miejsce dyscypliny w systemie nauk i relacje wobec innych nauk (w szczególności politologii, socjologii, językoznawstwa, literaturoznawstwa, psychologii, kulturoznawstwa, filozofii, ekonomii). S2A_W01 K_W08 Ma ugruntowaną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań, dysponuje pogłębioną znajomością metod, technik i narzędzi badawczych właściwych dla medioznawstwa i komunikologii oraz wiedzą o metodach i narzędziach właściwych dla dyscyplin pokrewnych, których implementacja jest możliwa na gruncie dziennikarstwa i komunikacji społecznej. S2A_W06 Student rozpoznaje i rozróżnia metody badań. Zna kategorie i pojęcia z zakresu metodologii badań społecznych przydatne do realizacji wybranego przez siebie tematu i używa owych kategorii i pojęć.
Efekty uczenia się - umiejętności
K_U08 Rozumie i analizuje zjawiska z obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej, oceniając je z uwzględnieniem teoretycznej i metodologicznej podbudowy; stosuje metodę badawczą. S2A_U08 K_U02 Posiada umiejętność wykorzystania wiedzy teoretycznej do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk społecznych; formułuje własne opinie, zachowując krytycyzm w doborze danych i metod analizy. S2A_U02 Student potrafi samodzielnie rozpoznać problem badawczy, dobrać właściwą metodę do problemu badawczego, samodzielnie sformułować temat pracy licencjackiej i opracować plan pracy, właściwie używa kategorii i pojęć z zakresu metodologii badań społecznych stosowanych w swojej pracy.
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K_K03 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, także status i zadania lidera. S2A_K02 K_K04 Potrafi określić priorytety służące realizacji zadania, określonego przez siebie lub przez innych. S2A_K03 Student prawidłowo określa priorytety służące realizacji zadania. Zachowuje standardy etyczne w pracy badawczej.
Metody dydaktyczne
ćwiczenia laboratorium projekt metod problemowa
Metody dydaktyczne podające
- opis
Metody dydaktyczne poszukujące
- studium przypadku - projektu - laboratoryjna - klasyczna metoda problemowa - ćwiczeniowa
Wymagania wstępne
Ukończony kurs: Metody i techniki badań

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2016/17	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2016/17	2016/17
Dziennikarstwo - I stopnia - 2 rok - studia stacjonarne - sem. letni (2051-DZ-S1-2-L)	2016/17	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2017/18	2017/18
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2018/19	2018/19
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	1	2016/17	2022/23
European Credit Transfer System (ECTS)	2	2023/24	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Promocja i reklama (2401-D-S1-2-PiR)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Promotion and advertising**

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Zapoznanie uczestników kursu z praktycznymi i teoretycznymi aspektami procesów promocji (produktów konwencjonalnych, kampanii społecznych, lobbingu oraz z zakresu marketingu sportowego i terytorialnego). Szczególny nacisk zostanie położony na problematykę odnoszącą się do reklamy. Podstawowym celem jest wyrobienie wśród studentów podstawowych umiejętności niezbędnych do dalszego kształcenia na kierunkach Politologia, czy Dziennikarstwo i Komunikacja społeczna. Celem nadrzędnym zaś jest wyrobienie praktycznych umiejętności przydatnych w pracy zawodowej.

Opis:

Zajęcia przeprowadzane za pomocą programu MS TEAMS - Kod do zajęć: Id89flr

Materiały do zajęć (teksty obligatoryjne, analizy przypadków) MOODLE UMK

Hasło do kursu: SWOT2020

Warunki zaliczenia:

Końcowa ocena stanowi wypadkową następujących komponentów:

- obecność – 1 dopuszczalna nieobecność, każda ponadwymiarowa nieobecność będzie skutkować odjęciem pięciu punktów
- aktywność – (0–21), max. 3 punkty na każde zajęcia studenci są zobowiązani do przeczytania tekstów obowiązkowych
- projekt kampanii reklamowej w podgrupach – (0–24 pkt.)

Punkty – Ocena:

0 – 22 niedostateczny

23 – 27 dostateczny

28 – 32 dostateczny plus

33 – 36 dobry

37 – 39 dobry plus

40– 45 bardzo dobry

1. Zajęcia organizacyjne

2. Zasady kreowania i implementacji strategii promocji

Tekst:

PR w NGO, (2012), Budowanie wizerunku organizacji pozarządowych. Wrocław: Sektor 3.

http://www.sektor3.wroclaw.pl/wp-content/uploads/2013/04/SEKTOR3_pr_w_ngo.pdf

Zadania projekt:

- podział na grupy

- wybór organizacji

3. Storrytelling + marketing wirusowy i szeptany

Teksty:

E. Mistewicz, (2011) Marketing narracyjny. Jak budować historie, które sprzedają, Gliwice: Helion, 57-105.

Balter David, Butman John, (2007), Poczta pantoflowa. Sztuka marketing szeptanego, Gliwice: Helion, s. 23-102.

Zadania projekt:

- analiza sytuacji wyjściowej (obligatoryjnie SWOT)
- stworzenie harmonogramu kampanii

4. Symbolika przekazu reklamowego

Teksty:

Bralczyk Jerzy, (2004), Język na sprzedaż, Gdańsk: GWP, s. 26-53.

Doliński Dariusz, (2008), Psychologiczne mechanizmy reklamy, Gdańsk: GWP, s. 139-159

Patrzalek M., (2012), Wizerunek kobiety w reklamie, Patrzalek, W. (red.), Kreowania i zmiana współczesnego przekazu reklamowego, Poznań-Wrocław: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, s. 83-102.

Zadanie projekt:

- wybór celów kampanii
- wybór grup docelowych

5. Kampanie społeczne

Teksty:

Kozłowska Anna, (2010), Reklama: techniki perswazyjne, Warszawa: SGH, s. 343-402

Maison D, Maliszewski M., (2002), Co to jest reklama społeczna, [w;} Maison D. (red.), Propaganda dobrych serc, czyli rzecz o reklamie społecznej, Kraków: Agencja Wasilewski, s. 9 – 41.

Skaruz Daria, Olejniczak Dominik, Skonieczna Joanna, Juszczak Grzegorz, (2015), Formy przekazu kampanii społecznych w Polsce i Wielkiej Brytanii – badanie porównawcze

http://www.ojs.ukw.edu.pl/index.php/johs/article/viewFile/2015%3B5%288%29%3A285-294/pdf_274

Wybrane case studies z portalu kampaniespoleczne.pl oraz proto.pl

Zadanie projekt:

- Analiza ewentualnych przeszkód jakie mogą się pojawić w ramach tworzonej strategii
- wybór narzędzi promocji

6. Event marketing

Tekst:

Grzegorz Adam (red.), (2009), Event marketing jako nowa forma organizacji procesów komunikacyjnych, Warszawa: Wyższa Szkoła Promocji, s. 96-139.

Jaworowicz M. (2016), Event marketing jako narzędzie komunikacji marketingowej, <https://depot.ceon.pl/bitstream/handle/123456789/10675/Event%20Marketing-rozdzial2.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

Zadanie projekt:

- tworzenie wydarzenia jako komponentu strategii promocji

7. Media tradycyjne i social media w procesie promocji

Tekst:

Jupowicz-Ginalska Anna, (2010), Marketing medialny, Wa-wa: Difin, s. 183-232.

Zadanie projekt:

- taktyka relacji z mediami masowymi

8. Prezentacja projektu

Literatura:

Albin Krzysztof, (2000), Reklama, Warszawa-Wrocław: PWN.

Barańska Marzena, (2011), Reklama i jej ograniczenia. Standardy europejskie a prawo polskie, Warszawa: Poltext.

Bralczyk Jerzy, (2004), Język na sprzedaż, Gdańsk: GWP.

Budzyński Wojciech, (2012), Kształtowanie wizerunku równoległego, Warszawa 2012: Oficyna Wydawnicza SGH.

Clamen M., (2005), Lobbying i jego sekrety, Warszawa: Felsberg SJA.

Czarnecki A., Korsak R., (2001), Planowanie mediów w kampaniach reklamowych, Warszawa: PWE.

Doliński Dariusz, (2005), Psychologiczne mechanizmy reklamy, Gdańsk: GWP.

Duda Aneta, (2010), Język mitu w reklamie, Lublin: KUL.

Duda Aneta (red.), (2010), Public relations miast i regionów, Warszawa: Wydawnictwo Difin.

Florek Magdalena, Augustyn Anna, (2011), Strategia promocji jednostek samorządu terytorialnego – zasady i procedury, Warszawa: Fundacje Best Place – Europejski Instytut Marketingu Miejsc.

Hahn Filed E., John Caples, (2000), Skuteczna reklama, Warszawa: ABC.

Gędek Marek, (2013), Reklama. Zarys problematyki, Lublin: Wyd. KUL.

Godlewski Piotr, Rydzak Waldemar, Trębecki Jacek, (2010), Public Relations w sporcie (red.), Poznań: SportWin.

Grzybczyk Katarzyna, (2012), Lokowanie produktu. Zagadnienia prawne, Warszawa: Wolters Kluwers Polska.

Heath Robert, (2008), Reklama. Co tak naprawdę wpływa na jej skuteczność?, Gdańsk: GWP

Hughes M., (2008), Marketing szeptany : z ust do ust, jak robić szum medialny wokół siebie, firmy, produktu.

Janiszewska Karolina (red.), Wiedza o reklamie, Warszawa–Bielsko-Biała: PWN.

Jones John P. (red.). (2004), Jak działa reklama, Gdańsk: GWP,

Kozłowska Anna, (2011), Reklama. Techniki perswazyjne. Warszawa: SGH.

Leszczuk-Fiedziukiewicz Anna, (2008), Rodzina w polskiej reklamie TV po przełomie 1989 r., Toruń: Duet.

Leśniewska Agnieszka, (2006), Reklama internetowa, Gliwice: Helion.

Maison D. red., (2002), Propaganda dobrych serc, czyli rzecz o reklamie społecznej, Kraków: Agencja Wasilewski.

Mas Victoria, Salvador Juan, (2010), Holywood i marki: product placement w kinie amerykańskim. Warszawa: SWPS.

Nowacki Robert, (2005), Reklama, Warszawa: Difin

Pabian Arnold, (2008), Promocja nowoczesne środki i formy, Warszawa: Difin.

Sajna Radosław, (2008), Kolory, zwierzęta, tańce... Niesamowity świat niewerbalny w reklamach telewizyjnych, Chicago: DSP Publishing.

Stasiuk-Krajewska Karina, (2011), Etyka public relations. Konteksty, koncepcje, kontrowersje, Wrocław: UW.

Sznajder Andrzej (2008) Marketing sportu, Warszawa: PWE.

Wierchoń M., Orzechowski J., (2010), Nowe trendy w reklamie. Między nauką a praktyką. Warszawa: SWPS Academica.

Zawierucha Lucyna. (2008). Rynek reklamy w Polsce. Warszawa: Promotor.

Metody i kryteria oceniania:

Końcowa ocena stanowi wypadkową następujących komponentów:

- obecność – 2 dopuszczalne nieobecności, każda nadwymiarowa nieobecność będzie skutkować odjęciem 3 punktów
- aktywność – (0–45), max. 3 punkty na każde zajęcia studenci są zobowiązani do przeczytania tekstów obowiązkowych
- projekt kampanii reklamowej w podgrupach – (0–45 pkt.)

Punkty – Ocena:

0 – 45 niedostateczny

45 –53 dostateczny

54 – 62 dostateczny plus

63 –71 dobry

72 –80 dobry plus

81– 90 bardzo dobry

Całkowity nakład pracy studenta

1 - punkt udział w zajęciach

1 punkt - bezpośredni kontakt z wykładowczynią (konsultacje, korespondencja mailowa)

Efekty uczenia się - wiedza

K_W15 Zna normy i reguły etyczne, jakie wpływają na działalność organizacji medialnych i/lub przedsiębiorstw branży reklamowej, branding i public relations. S1A_W07

K_W16 Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości, w tym podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w obszarze komunikowania. S1A_W11

K_W18 Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności: dziennikarza zatrudnionego w prasie, radiu, telewizji, nowych mediach lub pracownika branży/działu PR i branding. S1P_W06; S1P_W07

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U02 Posiada umiejętność wykorzystania podstaw wiedzy

teoretycznej do opisu i praktycznego analizowania

konkretnych procesów i zjawisk społecznych, właściwych

dla obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej. S1A_U02

K_U05 Prawidłowo posługuje się normami i regułami (prawnymi,

zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnego

zadania z zakresu dziennikarstwa i komunikacji społecznej. S1A_U05

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K_K01 Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez

lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych,

uczestnictwo w konferencjach specjalistycznych,

członkostwo i udział w pracach stowarzyszeń branżowych. S1A_K01

K_K02 Uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich

spektrum, uznaje samokształcenie za istotny warunek

powodzenia na rynku pracy. S1A_K06

K_K03 Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej

różne role, także status i zadania lidera. S1A_K02

K_K04 Potrafi określić priorytety służące realizacji zadania,

określonego przez siebie lub przez innych. S1A_K03

K_K05 Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane

z zawodową rolą dziennikarza i/lub specjalisty z zakresu

komunikowania. S1A_K04

K_K06 Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał

stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. S1A_K05

S1A_K07

K_K07 Uczestniczy w przygotowaniu projektów społecznych,

uwzględniając kompleks uwarunkowań: prawnych,

ekonomicznych, politycznych, kulturowych. S1A_K05

K_K08 Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy. S1A_K07

K_K09 Wykazuje się odpowiedzialnością i aktywnością w zakresie

zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy. H1P_K05

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne**Metody dydaktyczne**

Końcowa ocena stanowi wypadkową następujących komponentów:

- obecność – 1 dopuszczalna nieobecność, każda nadwymiarowa nieobecność będzie skutkować odjęciem trzech punktów
- aktywność – (0–21), max. 3 punkty na każde zajęcia studenci są zobowiązani do przeczytania tekstów obowiązkowych
- projekt kampanii reklamowej w podgrupach – (0–24 pkt.)

Punkty – Ocena:

0 – 22 niedostateczny

23 –27 dostateczny

28 – 32 dostateczny plus

33 –36 dobry

37 –39 dobry plus

40– 45 bardzo dobry

Metody dydaktyczne w kształceniu online

- metody integracyjne
- metody oparte na współpracy
- metody rozwijające refleksyjne myślenie

Metody dydaktyczne podające

- opis
- opowiadanie
- pogadanka
- tekst programowany

Metody dydaktyczne poszukujące

- projektu
- studium przypadku
- SWOT
- sytuacyjna

Wymagania wstępne

Materiały do zajęć (teksty obligatoryjne, analizy przypadków)

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2021/22	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2021/22	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	2	2021/22	2022/23
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2023/24	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Polski system medialny (2401-D-S1-2-PSM)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Mass Media System in Poland

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Egzamin

Język wykładowy:

polski

Strona WWW:

<https://moodle.umk.pl/course/view.php?id=1243>

Skrócony opis:

Celem zajęć jest zapoznanie studentów z procesami kształtującymi polski system medialny. Dlatego szczególna uwaga zostanie zwrócona na różne aspekty funkcjonowania polskiego systemu medialnego, głównie na kwestie prawne i ekonomiczne, ale też społeczne i kulturowe. Istotną będzie również analiza współczesnego rynku medialnego: podmiotów i procesów oddziałujących na przedmiotowy system; pozytywnych i negatywnych zjawisk obecnych w polskich mediach; a także wyzwań dla samych nadawców, jak i systemu prawnego, jakie pojawiają się w czasach rosnącej popularności nieliniarnych przekazów.

Kolejnym celem zajęć jest kształtowanie umiejętności studentów w samodzielnym poszukiwaniu informacji na temat współczesnych zjawisk i procesów obecnych na polskim rynku medialnym, następnie umiejętności analizowania tych zjawisk i procesów, dyskusowania na ich temat, wyciągania wniosków na przyszłość.

Opis:

Wykład:

1. SYSTEM MEDIALNY: pojęcie i składowe systemu medialnego, klasyfikacja systemów medialnych
2. TRANSFORMACJA SYSTEMU MEDIALNEGO W POLSCE: OD MONOPOLU DO DUOPOLU – przemiany systemowe w Polsce, główne wyznaczniki polskiego systemu medialnego, analiza rynku mediów w I dekadzie III RP
3. POLITYKA MEDIALNA POLSKICH RZĄDÓW W II DEKADZIE III RP – polityka rządu SLD w kontekście „afery Rywina”, polityka rządu PiS-Samoobrona-LPR, nieudane próby nowelizacji ustaw medialnych I rządu PO, polityka rządu B. Szydło
4. PRAWNE REGUŁY DZIAŁANIA MEDIÓW W POLSCE W KONTEKŚCIE UREGULOWAŃ EUROPEJSKICH – gwarancje wolności mediów, polskie regulacje prawne, europejskie prawo medialne
5. EKONOMICZNE UWARUNKOWANIA POLSKIEGO SYSTEMU MEDIALNEGO – finansowanie mediów, koncerny medialne, koncentracja kapitału, tabloidyzacja, reklama, sponsorowanie i lokowania produktu
6. PRASA DRUKOWANA – cechy i funkcje, struktura rynku, obecność kapitału zagranicznego, koncerny prasowe, tabloidyzacja prasy
7. PUBLICZNA RADIOFONIA I TELEWIZJA – misja i jej znaczenie, zarządzanie i finansowanie, komercjalizacja nadawców publicznych, upolitycznienie
8. KOMERCYJNA RADIOFONIA I TELEWIZJA – struktura rynku, proces koncesyjny, ustawowe zadania nadawców, grupy medialne na rynku radiowo-telewizyjnym, nadawca społeczny
9. KRAJOWA RADA RADIOFONII I TELEWIZJI, URZĄD KOMUNIKACJI ELEKTRONICZNEJ – polskie regulatory rynku na tle europejskich i światowych, struktura, zadania, kontrowersje dotyczące istoty i działalności KRRiT
10. AGENCJE INFORMACYJNE – rodzaje, funkcje, formy działalności, PAP, KAI, RAI
11. ORGANIZACJE DZIENNIKARSKIE – rola samoregulacji w systemie medialnym, profesjonalizacja a profesjonalizm, sylwetki dziennikarzy
12. INSTYTUCJE ANALIZUJĄCE RYNEK MEDIALNY – wpływ instytucji na kształt systemu medialnego, badania mediów masowych
13. NOWE TECHNOLOGIE W POLSKICH MEDIACH – konwergencja, oferta nadawców naziemnych w sieci, VOD, telewizja hybrydowa, IP TV, prasa online
14. POLSKIE MEDIA WOBEC WYZWAŃ XXI WIEKU – scenariusze rozwoju mediów, cyfryzacja i jej znaczenie dla rozwoju nowych form przekazu
15. PODSUMOWANIE KURSU – powtórzenie kluczowych zagadnień, przygotowanie do egzaminu

Ćwiczenia:

1. Wprowadzenie. System medialny: istota, cechy, struktura
2. Prasa drukowana – cechy i klasyfikacje prasy, grupy mediów na polskim rynku prasowym, tabloidyzacja prasy, studia przypadków
3. Elektroniczne media publiczne w Polsce – misja mediów publicznych, finansowanie publicznej telewizji i radia, komercjalizacja mediów, studia przypadków
4. Elektroniczne media komercyjne – klasyfikacje radia i telewizji, koncesjonowanie mediów, koncerny medialne, koncentracja kapitałowa,

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: 2401-D-S1-2-PSM, w cyklu: <brak>, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

studia przypadków

5. Nowe media w Polsce – dostęp do internetu w Polsce, witryny internetowe i aplikacje mobilne, treści video online, konwergencja, opowieść transmedialna, studia przypadków

6. Instytucje regulacyjne i kontrolno-nadzorujące – regulatory tradycyjne a konwergentne, struktura i zadania KRRiT i UKE, kontrowersje wokół działalności KRRiT, studia przypadków

7. Reklama, sponsorowanie i lokowanie produktu w polskich mediach – regulacje prawne, spory wokół implementacji przepisów, studia przypadków

Literatura:

Literatura obowiązkowa:

Braun, J. (2019). Rynek i katedra. Polskie spory o media publiczne. (b.d.): Wyd. Nieoczywiste (cz. I. – rozdział 6; cz. II – wszystkie rozdziały poza podrozdziałami o mediach w innych krajach niż Polska)

Pokorna-Ignatowicz, K. (red.). (2013). Polski system medialny 1989-2011. Kraków: Wyd. Krakowskiej Akademii im. A. Frycza-Modrzewskiego.

Ustawa o radiofonii i telewizji z 29 grudnia 1992 r. (Dz.U. 1993 Nr 7, poz. 34, z późn. zm.)

Literatura uzupełniająca:

Bauer, Z.; Chudziński E. (red.). 2010. Dziennikarstwo i świat mediów. Kraków: Universitas.

Bonikowska, M. (red.). 2009. Media a wyzwania XXI wieku. Warszawa: Trio.

Dobek-Ostrowska, B. (red.). (2007). Media masowe na świecie. Wrocław: Wyd. UWr.

Dobek-Ostrowska, B. (2011). Polski system medialny. Media w polityce, polityka w mediach. Wrocław: Wyd. UWr.

Gierula, M. (red.). (2011). Przemiany systemu medialnego. Polsko-rosyjskie spojrzenie. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.

Jakubowicz, K. (2011). Nowa ekologia mediów: konwergencja a metamorfoza. Warszawa: Poltext.

Lisowska-Magdziarz, M. (2008). Media powszechne. Środki komunikowania masowego i szerokie paradygmaty medialne w życiu codziennym Polaków u progu XXI wieku. Kraków: UJ.

Mielczarek T. (2007). Monopol. Pluralizm. Koncentracja. Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.

Metody i kryteria oceniania:

Forma zaliczenia wykładu: egzamin pisemny

3 pytania opisowe za 5 punktów każde i 5 pojęć za 1 punkt każde:

PKT OCENA

- 10 p. - niedostateczny

11 - 12 - dostateczny

13 - 14 - dostateczny+

15 - 16 - dobry

17 - 18 - dobry+

19 - 20 - bardzo dobry

Formy zaliczenia ćwiczeń:

- obecność – dopuszczalna 1 nieobecność, druga nieobecność to -2 pkt każda. Odjęte punkty można odrobić, przychodząc na dyżur z konspektem tekstów obowiązkowych, najpóźniej w ciągu miesiąca od nieobecności.

- aktywność – na każde zajęcia studenci zobowiązani są do przeczytania literatury obowiązkowej, której tematyka będzie poddana dyskusji. Maksymalnie 12 pkt. W semestrze może zostać przeprowadzona wejściówka, której niezaliczenie lub nieobecność na zajęciach to –3 pkt. Wejściówkę można zaliczyć na dyżurze w ciągu miesiąca.

- debaty – na każde zajęcia studenci zobowiązani są do przygotowania dyskusji w grupach. Maksymalnie 30 pkt.

- esej – do 23 marca student/ka przesyła konspekt eseju na wybrany przez siebie i uzgodniony z prowadzącą temat; do 16 maja – przynosi wersję pisemną. Maksymalnie 28 pkt.

W celu zaliczenia przedmiotu każdy musi zdobyć punkty z wszystkich trzech elementów (aktywność, debaty, esej).

PKT OCENA

Do 36 2,0

37 – 43 3,0

44 – 50 3,5

51 – 56 4,0

57 – 63 4,5

64 – 70 5,0

Praktyki zawodowe:

nie dotyczy

Całkowity nakład pracy studenta

1. Godziny realizowane z udziałem nauczycieli - 15 h ćwiczeń 30 h wykładu oraz konsultacji w ramach dyżurów oraz konsultacji mailowej (3,5 ECTS - 95h)

2. Czas poświęcony na przygotowanie eseju (0,5 ECTS - 15h)

3. Czas poświęcony na przygotowanie się do debat (0,5 ECTS - 15h)

4. Czas poświęcony na czytanie tekstów (0,5 ECTS - 15h)

5. Czas wymagany do przygotowania się i do uczestnictwa w procesie oceniania - egzamin (2 ECTS - 60h)

RAZEM 7 ECTS (200h)

Efekty uczenia się - wiedza
K_W01: Ma rozszerzoną i uporządkowaną wiedzę z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej, ma wiedzę na temat podstawowych zjawisk i procesów występujących w ramach systemu medialnego oraz wiedzę na temat struktury rynku medialnego w Polsce K_W04: Ma wiedzę o różnych rodzajach więzi społecznych i występujących między nimi prawidłowościach, pogłębiając w odniesieniu do obszaru mediów tradycyjnych, nowych mediów oraz komunikacji społecznej. K_W12: Posiada pogłębiającą wiedzę o systemach mediów lokalnych w Polsce i na świecie, zna koncepcje organizacyjne mediów lokalnych. K_W13: Zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form przedsiębiorczości, zwłaszcza podmiotów funkcjonujących na rynku mediów i w sferze komunikacji społecznej. Rozumie prawa i zasady funkcjonowania rynku informacyjnego jako sfery gospodarki. Zna zjawiska współczesne w mediach i mechanizmy rządzące rynkiem mediów.
Efekty uczenia się - umiejętności
K_U01: Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne w kontekście systemu medialnego. Interpretuje i wyjaśnia wzajemne relacje między zjawiskami społecznymi. K_U02: Posiada umiejętność wykorzystania wiedzy teoretycznej do opisu i analizowania przyczyn i przebiegu procesów i zjawisk charakterystycznych dla systemu medialnego, zachowując umiejętność krytycznej analizy K_U03: W oparciu o właściwie zanalizowane przyczyny i przebieg procesów i zjawisk charakterystycznych dla systemu medialnego, formułuje własne opinie, stawia hipotezy badawcze i weryfikuje je. K_U04: Wykorzystując metody i narzędzia właściwe nauce o mediach i komunikacji społecznej, potrafi prognozować i modelować złożone procesy społeczne oraz ich praktyczne skutki obejmujące zjawiska obszaru systemu medialnego. K_U05: Sprawnie posługuje się normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, etycznymi) w celu rozwiązania konkretnych problemów w kontekście systemu medialnego K_U07: Samodzielnie proponuje rozwiązania konkretnego problemu występującego w ramach systemu medialnego, posiada umiejętność przeprowadzenia procedury podjęcia rozstrzygnięć w tym zakresie. K_U09: Posiada pogłębiającą umiejętność przygotowywania różnych prac pisemnych w języku polskim właściwych dla obszaru systemu medialnego K_U10: Posiada pogłębiającą umiejętność przygotowania wystąpień ustnych w języku polskim właściwych dla obszaru systemu medialnego Analizuje zjawiska w obszarze mediów i komunikacji społecznej.
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K_K02: Samodzielnie i krytycznie uzupełnia wiedzę, doskonali umiejętności i poszerza ich spektrum, wzbogacając je o wymiar interdyscyplinarny. K_K03: Potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej różne role, także status i zadania lidera. K_K04: Potrafi określić priorytety służące realizacji zadania, określonego przez siebie lub przez innych. K_K05: Prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z zawodową rolą dziennikarza K_K06: Odgrywa aktywną rolę w społeczeństwie, ma potencjał stymulowania opinii społecznej i formowania postaw. Prawidłowo identyfikuje dylematy zawodowe dziennikarza. Rozumie potrzebę samokształcenia. Myśli i działa w sposób przedsiębiorczy.
Metody dydaktyczne
- opis - opowiadanie - wykład informacyjny (konwencjonalny) - wykład konwersatoryjny - wykład problemowy - studium przypadku
Metody dydaktyczne eksponujące
- pokaz
Metody dydaktyczne podające
- opis - opowiadanie - pogadanka - wykład informacyjny (konwencjonalny) - wykład konwersatoryjny - wykład problemowy
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - doświadczeń - klasyczna metoda problemowa - oxfordzka - stolików eksperckich - studium przypadku - sytuacyjna
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
Wymagania wstępne
znajomość zagadnień związanych z komunikacją medialną z zakresu nauki o komunikowaniu

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2009/10	
Przedmioty dla dziennikarstwa - studia dzienne (0909-DZIENN-0)	2009/10	2009/10
Dziennikarstwo - I stopnia 2 roku - studia stacjonarne (2000-DZ-S1-2)	2009/10	2009/10
Dziennikarstwo - I stopnia - 2 rok - studia stacjonarne - sem. zimowy (2051-DZ-S1-2-z)	2010/11	2010/11
Dziennikarstwo - I stopnia - 2 rok - studia stacjonarne - sem. letni (2051-DZ-S1-2-L)	2011/12	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2015/16	2015/16
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2017/18	2017/18
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2018/19	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	6	2009/10	2010/11
European Credit Transfer System (ECTS)	5	2011/12	2012/13
European Credit Transfer System (ECTS)	6	2013/14	2019/20
European Credit Transfer System (ECTS)	7	2020/21	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Psychologia społeczna (2401-D-S1-2-PS)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: social Psychology

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Zajęcia mają na celu wprowadzenie studentów w problematykę psychologii społecznej jako dyscypliny naukowej. Głównym celem jest przedstawienie podstawowych pojęć, koncepcji i teorii służących do analizy procesu konstruowania społecznej natury człowieka oraz mechanizmów grupowych.

Opis:

1. Psychologia społeczna jako nauka – perspektywa i sposób zbierania informacji
2. Kształtowanie natury społecznej człowieka
3. Grupa społeczna – kiedy powstaje i jaką rolę pełni w życiu człowieka
4. Poznanie społeczne
5. Konformizm – dlaczego ulegamy innym
6. Język w procesie konstruowania i reprodukcji świata społecznego
7. Stereotypy i uprzedzenia
8. Porównanie jako narzędzie zdobywania wiedzy i kształtowania postaw
9. Status społeczny
10. Władza i wpływ społeczny
11. Tożsamość, rola społeczna, osobowość
12. Emocje – sympatia, miłość, wstyd i zawiść jako narzędzie kontroli społecznej
13. Komunikacja i procesy postrzegania

Literatura:

1. Psychologia społeczna jako nauka – perspektywa i sposób zbierania informacji
 - Aronson E., 1996. Co to jest psychologia społeczna? w: Człowiek istota społeczna, E. Aronson, Warszawa: PWN, ss. 15-25.
 - Aronson E., 1996. Psychologia społeczna jako nauka, w: Człowiek istota społeczna, E. Aronson, Warszawa: PWN, ss. 494-521.
 - Mika S., 1975. Wstęp do psychologii społecznej, Warszawa: PWN, ss. 11-39.
 - Aronson E., 2001. Badania w psychologii społecznej jako skok wiary, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 21-28.
 - Aronson E., 2001. O baseballu i porażkach, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 29-33.
2. Kształtowanie natury społecznej człowieka
 - Berger P. L., i T., Luckmann, 1983. Społeczne tworzenie rzeczywistości, Warszawa: PIW, ss. 202-262
 - Bourdieu P., i L. J. D. Wacquant, 2001. Habitus, illusio i racjonalność, w: Zaproszenie do socjologii refleksyjnej. Warszawa: Oficyna Naukowa, ss.100-130.
 - Kaufmann J-C., 2004. Dynamika przyzwyczajęń, w: Ego. Socjologia jednostki, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss. 149-176.
 - Mead, G. H., 1975. Umysł Osobowość i Społeczeństwo, Warszawa, PWN, s. 212-247, 267-277.
 - Znaniecki F., 2001. Ludzie teraźniejsi a cywilizacja przyszłości, Warszawa, PWN, s. 89-123.
 - Lesniewski T., 2009. Uspołecznione ciało jako efekt oddziaływań wychowawczych. Inspiracje Pierrem Bourdieu w socjologii wychowania, Acta Universitatis Nicolai Copernici Pedagogika, XXV: 131-148.
3. Grupa społeczna – kiedy powstaje i jaką rolę pełni w życiu człowieka
 - Szmatka J., 2007. Prekursorzy mikrosocjologii wśród klasyków, w: Małe struktury społeczne, PWN Warszawa, ss.44-88.
 - Turowski J., 2001. Teorie grupy społecznej, w: Socjologia. Małe struktury społeczne, Towarzystwo Naukowe KUL, ss. 57-75.
 - Turowski J., 2001. Typologie grup społecznych, w: Socjologia. Małe struktury społeczne, ss.107-114.
 - Flis A., 1999. Antropologiczna koncepcja grupy, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, Wyd. UMCS, Lublin, ss. 53-62.
 - Turner J. C., 1999. Ku poznawczej redefinicji pojęcia grupy, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 149-172.
 - Matejko A., 1962. Mała grupa, „Studia Socjologiczne” 2.
 - Szmatka J., 2007. Struktura socjometryczna: struktura afektywna małej grupy, w: Małe struktury społeczne, Szmatka J., s.161-205.
 - Mika S. 1982. Struktura socjometryczna, w: Psychologia społeczna, ss. 455-464
 - Turowski J., 2001. Teoria integracji i dezintegracji społecznej, w: Socjologia. Małe struktury społeczne, ss.129-152.
 - Jacher W., 1999. Integracja społeczna, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 63-72.
 - Makrełow K., 1977. Socjometryczne aspekty atmosfery społecznej w środowisku pracy, „Studia Socjologiczne” 2
 - Chełstowski B., 1966. Pojęcia, wskaźniki i korelaty integracji grupy w literaturze socjometrycznej, „Studia Socjologiczne” 1
4. Poznanie społeczne
 - Aronson E., 1996. Poznanie społeczne, w: Człowiek istota społeczna, E. Aronson, Warszawa: PWN, ss. 148-216.
 - Storms M. D., 2002. Nagrania magnetowidowe a proces atrybucji – zamiana punktów widzenia aktora i obserwatora, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 254-274.
 - Kernick D. T., i S. E., Gutierrez, 2002. Zjawisko kontrastu a ocena atrakcyjności fizycznej – gdy piękność staje się zagadnieniem społecznym, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 197-214.
 - Ross M., McFarland C., i G. J. O., Flechter, 2002. Wpływ postaw na przypominanie sobie zdarzeń z własnej przeszłości, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 215-229.
 - Fazio R. H., i C. J., Williams, 2002. Dostępność postaw jako czynnik pośredniczący w zależności między postawami a spostrzeganiem i postawami a zachowaniem, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 230-253.

5. Konformizm – dlaczego ulegamy innym

- Aronson E., 1996. Konformizm w: Człowiek istota społeczna, E. Aronson, Warszawa: PWN, ss. 26-76.
- Asch, S., A., 2001. Opinie i naciski społeczne, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 37-47.
- Haney C., Banks C., i P. G. Zimbardo. 2001. Więźniowie i strażnicy, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 83-101.

6. Język w procesie konstruowania i reprodukcji świata społecznego

- Bernstein, B., 1990. Odtwarzanie kultury, Warszawa, PIW, s. 220-269.
- Giza, A., 1999. Więź społeczna i orientacje poznawcze: grupowy poziom konstytucji i kodu językowego, w: Małe struktury społeczne. Machaj, I., (red.), Lublin, Wydawnictwo UMCS, s. 199-206.
- Korporowicz, L., 1993. Tworzenie sensu. Język – kultura - komunikacja, Warszawa, Oficyna Naukowa, s. 108-130, 139-151.
- Marody, M., 1987. Technologie intelektu, Warszawa: PWN, s. 116-165.
- Piotrowski, A. i M., Ziółkowski, 1976. Zróżnicowanie językowe a struktura społeczna, Warszawa: PWN, s. 305-332 i 338-372.
- Piotrowski, A. i M., Ziółkowski, 1976. Zróżnicowanie językowe a struktura społeczna, Warszawa: PWN, s. 373-441. lub 95-125.

7. Stereotypy i uprzedzenia

- Aronson E., 1996. Uprzedzenia w: Człowiek istota społeczna, E. Aronson, Warszawa: PWN, ss. 355-424.
- Darley, J., M., i Batson C., D., 2001. „Z Jerozolimy do Jerycha”. Badanie wpływu zmiennych sytuacyjnych i dyspozycyjnych na udzielanie pomocy, w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 65-82.
- Bilewicz, M., 2011. Kto pomoże obcy? Wysoki status i silna identyfikacja z własną grupą jako ograniczenia zdolności do przyjmowania perspektywy grupy obcej, W: W kręgu psychologii społecznej, Czarnota-Bojarska J., i I. Zinserling (ed.), , Warszawa: UW, ss. 100-114.
- Bilewicz, M., 2009. Komunikacja uprzedzeń poza świadomością: O modelu kategorii lingwistycznych. W: Rola świadomości w świecie ponowoczesnym, Kulesza W. i H. Mamzer, Warszawa: SWPS, ss. 187-196.
- Bilewicz M., 2004. Nowe formy uprzedzeń w perspektywie dyskursywnej psychologii społecznej, Kultura i Społeczeństwo, 48, 129-136.

8. Porównanie jako narzędzie zdobywania wiedzy i kształtowania postaw

- Merton R.K., 1998. Elementy teorii grup odniesienia, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 46-57.
- Turowski J., 2001. Teoria grup odniesienia w: Socjologia. Małe struktury społeczne, ss. 115-129.
- Skeris P., 1999. Pojęcie „grupy odniesienia”, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 115-120.
- Nawrocki T., 1999. Funkcjonowanie grup odniesienia w społeczności lokalnej, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 243-250.
- Sowa J., 1962. Teoria grup odniesienia, „Studia Socjologiczne” 4.
- Merton, R. K., i A. S., Kitt, 1962. Przyczynki do teorii grup odniesienia, w: Zagadnienia psychologii społecznej, Malewski A., (wyb. i opr.), Warszawa: PWN, ss. 124-150.
- Newcomb T. M., 1962. Kształtowanie postaw jako funkcja grup odniesienia. Badania przeprowadzone w Bennington, w: Zagadnienia psychologii społecznej, Malewski A., (wyb. i opr.), Warszawa: PWN, ss. 103-123.

9. Status społeczny

- Szmatka J., 2007. Formowanie się i krystalizacja układów statusowych, w: Małe struktury społeczne, Szmatka J., ss.127-140.
- Blau P. M., 1998. Naciski strukturalne kompletu statusów, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 89-107.
- Malewski A., 1963. Stopień rozbieżności czynników statusu i jego następstwa „Studia Socjologiczne” 1
- Leński G. E., 1962. Zbieżność pozycji w różnych hierarchiach, w: Zagadnienia psychologii społecznej, Malewski A., (wyb. i opr.), Warszawa: PWN, ss. 47-65.

10. Władza i wpływ społeczny

- Fiedler F. E., 1998. Osobowościowe i sytuacyjne determinanty efektywności przywództwa, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 128-145.
- Szmatka J., 2007. Struktura przywództwa: wpływ kontekstu strukturalnego na cechy indywidualne jednostki, w: Małe struktury społeczne, Szmatka J., s.220-233.
- Butler D. i F. L. Geis, 2001. Niewerbalne reakcje afektywne na przywódców różnej płci; implikacje dla ocen przywództwa, w: Człowieka istota społeczna, Aronson E., (red.), PWN Warszawa, ss. 469-500.
- Heidtman J., 2002. Strukturalne i indywidualne mechanizmy powstawania i dystrybucji władzy w sieciach konfliktu. Model teoretyczny i testy eksperymentalne, „Studia Socjologiczne” 1.
- Szmatka J., Willer D. i I. Uhl, 1963. Strukturalne determinanty władzy w sieciach wymian. Międzykrajowy test uniwersalności teorii, „Studia Socjologiczne” 3.
- Flis A. i S. Kaprański, 1987. Interesy, charyzma i dynamika kultury, „Studia Socjologiczne” 3-4.
- Dobek B., 1983. Charles de Gaulle - przywódca charyzmatyczny? „Studia Socjologiczne” 4
- Holly R., 1980. Koncepcje przywództwa niewierbalnego w małych grupach społecznych, „Studia Socjologiczne” 2.
- Doliński, D. i Nawrat, R. 1994. Huśtawka emocji jako nowa technika manipulacji społecznej. Przegląd Psychologiczny, 34, 27-50.
- Kofta M., 2002. Percepcja społecznego konsensusu, myślenie stereotypowe, a skłonność do uprzedzeń, w: Jednostka i społeczeństwo, Lewicka M., (red) i Grzelak J., (współ.), Gdańsk: GWP, ss.161-184.

11. Tożsamość, rola społeczna, osobowość

- Szmatka J., 2007. Rola społeczne i struktura ról, w: Małe struktury społeczne, Szmatka J., s.141-158.
- Łoś M., 1999. „Rola społeczne” w nowej roli, w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 93-106.
- Mikołajewska B., 1999. „Ochronna” wspólnota i tożsamość jednostki..., w: Machaj I. (red.), Małe struktury społeczne, ss. 185-193.
- Merton R. K., 1998. Zespół ról społecznych, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 71-80.
- Levinson D. J., 1998. Rola, osobowość i struktura społeczna, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 71-80.
- Simmel G., 2006. Krzyżowanie się kręgów społecznych, w: Socjologia. Lektury, Sztompka P. i M. Kucia (red.), Znak Kraków, ss. 238-244.
- Białyszewski H., 1967. Rola społeczna jako kategoria struktury, „Studia Socjologiczne” 1.
- Bokszański, Z., 1989. Tożsamość, Interakcja, Grupa, Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego.
- Bokszański, Z., 1995. Tożsamość aktora społecznego a zmiana społeczna, „Studia Socjologiczne” 3-4: 109-123.
- Bokszański, Z., 2005. Tożsamość zbiorowa, Warszawa, PWN, s.236-270.
- Elliot, A., 2007. Koncepcje „JA”, Warszawa, Sic!, s.159-186.
- Kwieciński, Z., 2000. Tożsamość i rozwój młodzieży a edukacja, „Teraźniejszość - Człowiek – Edukacja” Numer specjalny, 13-18.
- Melosik, Z., 2000. Kultura „instant” – paradoksy pop-tożsamości, „Teraźniejszość - Człowiek – Edukacja” Numer specjalny, 149-162.

- Witkowski, L., 1989. Rozwój i tożsamość w cyklu życia, Toruń: Wydawnictwo UMK, s. 59-74, 157-170.
- Gergen, K., J., 2009. Od Ja do relacji, w: Nasycone Ja. Dylematy tożsamości w życiu współczesnym, Warszawa: PWN, ss.173-203.
- Stemplewska-Żakowicz, K., 2002. Koncepcje narracyjnego JA, w: Narracja jako sposób rozumienia świata, J., Trzebiński (red.), Gdańsk: GWP, ss. 81-113.

12. Emocje – sympatia, miłość, wstyd i zawiść jako narzędzie kontroli społecznej

- Kiesler S., i R., L. Baral, 2002. Poszukiwanie romantycznego partnera: wpływ samoceny i fizycznej atrakcyjności na miłosne zachowania, w: w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 562-572.
- Dutton D., G., i A., P., Aron, 2002. Nieco danych świadczących o wzroście pociągu seksualnego w warunkach silnego lęku, w: w: Człowiek istota społeczna (wybór tekstów), E., Aronson, Warszawa: PWN, ss. 592-608.
- Schoeck H., 2012. Zawiść. Źródło agresji, destrukcji i biedy, Warszawa: Fijor Publishing, ss. 59-126.
- Illouz E., 2010. Uczucia w dobie kapitalizmu, Warszawa: Oficyna Naukowa, ss.5-60; 61-108.
- Czub T., i A., I., Brzezińska, 2013. Regulacyjna wartości emocji wstydu w procesie kształtowania się tożsamości, Psychologia Rozwojowa tom 18, (1): 27-42.
- Danieluk B., 2013. Ile jest Ja w emocjach samoświadomościowych? Rodzaj zaangażowania Ja a wstyd, poczucie winy i zakłopotania, Psychologia Społeczna tom 8, 3(26): 302-322.

13. Komunikacja i procesy postrzegania

- Szmatka J., 2007. Struktura komunikowania się: wolność jednostki a wymogi strukturalne, w: Małe struktury społeczne, Szmatka J., s.206-219.
- Bavelas, 1998. Wzory komunikacji w grupach zadaniowych, w: Małe struktury społeczne, Sommer H., (red.), WSSG Tyczyn, 115-127..

Metody i kryteria oceniania:

Na ocenę końcową składać będą się częściowe oceny (pkt.): za referat, i aktywność.

Obecność

Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Nie przygotowanie się do zajęć równoważne jest z nieobecnością na tych zajęciach (jedną z form weryfikacji wiedzy mogą być wejściówki). Limit nieobecności: 2

Aktywność

Na każdych zajęciach za aktywność uzyskać będzie można 1 punkt.

Zabranie głosu w dyskusji nie oznacza jeszcze uzyskania punktu za aktywność. Premiowane będą głosy istotne dla zrozumienia przez grupę omawianej problematyki.

Referat

Referat należy przygotować na podstawie lektur - spis tekstów, który udostępni prowadzący ćwiczenia w niniejszym programie jest listą pomocniczą w poszukiwaniach. Samodzielne poszukiwania będą wysoko cenione. Referat nie może być tylko streszczeniem tekstów. Referujący powinien wykazać się znajomością omawianej problematyki i jej krytyczną analizą. Powinien też umieć przedstawić to w sposób klarowny i zrozumiały dla słuchaczy.

Przy ocenie Państwa referatu będą brane pod uwagę następujące czynniki:

- referat winien zawierać problem, pytania do poruszanej materii, stanowić podstawę dyskusji na zajęciach (3 pkt.);
 - istotny jest styl prezentacji, wykorzystany język (3 pkt.);
 - oryginalność i ciekawe ujęcie przedstawianego zagadnienia (3 pkt.),
 - umiejętność przedstawienia prezentowanej treści na przykładach, bieżących wydarzeniach, wybranych przypadkach, itp. (6 pkt.)
- Czas wystąpienia ok. 13-15 min. Do referatu należy przygotować konspekt.

* Ocena końcowa będzie opierała się na punktacji otrzymanej za aktywność i przygotowany referat.

Aktywność Referat Razem

13 15 28

Ocena:

BDB – 28-25 pkt. (100-89%)

DB+ 24 pkt. (86%)

DB – 23-21 pkt. (82-75%)

DST+ 20 pkt. (71%)

DST – 19-17 pkt. (68-61%)

NDST. poniżej 17 pkt.

* Ocena niedostateczna powoduje automatyczne przejście do trybu poprawkowego. Wiąże się to z koniecznością przystąpienia do kolokwium z tekstów obowiązkowych podanych do zajęć. Osoby, które tego nie uczynią w wyznaczonym terminie otrzymują ocenę niedostateczną.

* Wszelkie niejasności w niniejszym programie interpretuje prowadzący, z którym oczywiście można różne rzeczy próbować negocjować.

Całkowity nakład pracy studenta
Godziny realizowane z udziałem wykładowcy (godz.): - udział w zajęciach - 30 - konsultacje - 30
Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta (godz.): - czytanie literatury i przygotowanie do zajęć- 30 - przygotowanie referatu - 20
Łącznie: 110 godz.

Efekty uczenia się - wiedza
W1. Student ma wiedzę z zakresu wybranych psychologicznych teorii człowieka, ze szczególnym uwzględnieniem perspektywy psychologii społecznej, metodologii badań oraz szczegółowych zagadnień dotyczących zachowań społecznych ludzi (konformizm, procesy grupowe, uprzedzenia, lęk, autorytaryzm, agresja, przemoc); W2. Student rozumie znaczenie życia społecznego dla kształtowania się określonych kompetencji, nawyków, postaw i zachowań ludzi; rozumie czym jest przystosowanie, a czym jest rozwój - i jakie mogą być konsekwencje przystosowania społecznego dla jednostkowego rozwoju; W3. Student potrafi wskazać społeczne źródła problemów psychicznych człowieka (takich jak depresja, lęk, kryzysy psychiczne) oraz wyjaśnić psychologiczne tło społecznych zachowań ludzi (takich jak agresja, uprzedzenia, przemoc, konformizm).

Efekty uczenia się - umiejętności
U1. Student wykorzystuje wiedzę psychologiczną zdobytą w czasie zajęć do lepszego rozumienia: samego siebie, społecznych zachowań ludzi, społeczeństwa jako bardzo złożonego układu współtworzonego przez psychikę ludzi, kulturę, instytucje społeczne, politykę, ekonomię; U2. Student posiada umiejętność wykorzystywania wiedzy z zakresu psychologii społecznej w diagnozowaniu społecznych potrzeb i problemów; U3. Student pozyskuje zdolność trafniejszego formułowania rozwiązań istniejących społecznych problemów (potrafi włączyć swoje kompetencje psychologiczne do planowania społecznych innowacji różnego rodzaju)

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K1. Student lepiej rozumie siebie i innych ludzi, przez co jego społeczne funkcjonowanie staje się bardziej dojrzałe (nie poddaje się fatalizmom, manipulacjom, przesądom); K2. Lepsze rozumienie ludzi otwiera przestrzeń do lepszej współpracy i zaufania społecznego. K3. Student lepiej rozumie społeczno-kulturowe uwarunkowania różnic w zachowaniu, orientacjach i kondycji psychicznej ludzi - dostarcza to podstaw do budowania tolerancji jako własnej postawy.

Metody dydaktyczne
metoda problemowa, ćwiczeniowa

Metody dydaktyczne podające
- tekst programowany

Metody dydaktyczne poszukujące
- projektu - panelowa - giełda pomysłów - ćwiczeniowa - punktowana - referatu

Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2019/20	2019/20
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2020/21	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Warsztat fotografii (2401-D-S1-2-WF)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Photography workshop**

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami technik fotograficznych, kompozycją, edycją zdjęć oraz wykorzystaniem fotografii w dziennikarstwie. Studenci zdobędą umiejętności praktyczne, które pozwolą im na samodzielne tworzenie profesjonalnych zdjęć reportażowych, dokumentalnych i portretowych.

Opis:

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawami technik fotograficznych, kompozycją oraz wykorzystaniem fotografii w dziennikarstwie. Studenci zdobędą umiejętności praktyczne, które pozwolą im na samodzielne tworzenie profesjonalnych zdjęć reportażowych, dokumentalnych i portretowych.

Zakres tematyczny:

- Podstawowe pojęcia: ekspozycja, przysłona, czas naświetlania, ISO.
- Rodzaje aparatów fotograficznych i obiektywów.
- Praca smartfonami.
- Zasady kompozycji.
- Oświetlenie w fotografii: naturalne i sztuczne.
- Głębia ostrości i jej kontrola.
- Etyka w fotografii dziennikarskiej.
- Fotografia reportażowa i dokumentalna.
- Portret dziennikarski.
- Tworzenie fotoreportaży.

Literatura:

"Fotografia dziennikarska" - John Smith.

"Podstawy fotografii" - Michael Freeman.

"Sztuka fotografii" - Susan Sontag.

"Fotografia cyfrowa. Biblia" - Michael Freeman.

"Fotografia reportażowa. Od pomysłu do publikacji" - David Hurn.

Metody i kryteria oceniania:

- Udział w zajęciach: 20%
- Ćwiczenia praktyczne: 30%
- Projekty : 50%

Całkowity nakład pracy studenta

Godziny realizowane z udziałem nauczycieli (godz.):

- udział w ćwiczeniach - 30
- konsultacje na dyżurach - 15
- komunikacja mailowa - 15

Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta (godz.):

np.

- przygotowanie do ćwiczeń - 15
- realizacja projektów - 40
- czytanie literatury - 15

Efekty uczenia się - wiedza
S2P_W02/S2P_W03
W1 - Student zna terminologię techniki fotografii na poziomie podstawowym
W2 - Student ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę dotyczącą fotografii reportażowej i dokumentalnej
W3 - Student ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę dotyczącą podstaw estetycznych fotografii
W4 - Student dobrze orientuje się w fotografii reportażowej i dokumentalnej
W5 - Student ma specjalistyczną wiedzę z zakresu podstaw techniki fotografii
W6 - Student ma pogłębioną wiedzę o powiązaniach fotografii z technologią
W7 - Student ma wiedzę na temat budowy obrazu i podstawowych jakości estetycznych określających przekaz wizualny
W8 - Student ma wiedzę z zakresu fotografii dokumentalnej oraz na temat podstawowych środków wyrazu, budowania narracji fotograficznej, świadomego komponowania i kodowania obrazu.
Efekty uczenia się - umiejętności
S2P_U02, S2P_U06
U1 - Student potrafi posługiwać się narzędziami zapisu fotograficznego i komunikatem wizualnym
U2 - Student potrafi posługiwać się narzędziami realizacji obrazu z dziedziny fotografii reportażowej dokumentalnej
U3 - Student potrafi świadomie operować językiem fotografii reportażowej dokumentalnej
U4 - Student posiada umiejętność analizy obrazu z wykorzystaniem własnych poglądów oraz poglądów innych autorów, formułowania wniosków oraz tworzenia syntetycznych podsumowań
U5 - Student posiada umiejętność formułowania opinii krytycznych o utworach fotograficznych na podstawie wiedzy naukowej i doświadczenia oraz umiejętność prezentacji opracowań krytycznych w różnych formach
U6 - Student ma umiejętności językowe w zakresie techniki fotografii oraz fotografii reportażowej dokumentalnej
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
S2P_K01
rozwija kreatywność w realizowaniu własnych, autonomicznych projektów i umiejętność argumentowania w uzasadnianiu autorskich koncepcji artystycznych
Student dostrzega konieczność nieustannego aktualizowania i pogłębiania wiedzy z zakresu podstaw fotografii
Metody dydaktyczne
Metody podające - prezentacja multimedialna, wykład informacyjny
Metody praktyczne :
- pokaz
- ćwiczenia przedmiotowe
- ćwiczenia laboratoryjne
- ćwiczenia produkcyjne
- metoda projektów
Metody problemowe - metody aktywizujące - dyskusja dydaktyczna
Metody dydaktyczne eksponujące
- pokaz
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji
- metody oparte na współpracy
- metody rozwijające refleksyjne myślenie
- metody służące prezentacji treści
- metody wymiany i dyskusji
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa

Metody dydaktyczne poszukujące
- giełda pomysłów - obserwacji - projektu
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
Wymagania wstępne
brak

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna II rok s1 (2401-D-s1-2)	2019/20	
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2019/20	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2019/20	2019/20
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2020/21	2020/21
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2023/24	2023/24

Punkty przedmiotu w cyklach:

<bez przypisanego programu>			
Typ punktów	Liczba	Cykl pocz.	Cykl kon.
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2019/20	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2021/22	