

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Dziennikarstwo muzyczne (2401-D-S1-3-DNM-DM)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Music journalism**

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Wydział Filozofii i Nauk Społecznych

Domyslny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Celem konwersatorium jest zwrócenie uwagi na te aspekty dziennikarstwa, które wiążą się z kategoriami muzyki, słuchania oraz rozmawiania, wypowiadania się i pisania o muzyce. Traktujemy muzykę jako ważny element komunikacji na poziomie interpersonalnym (międzyludzkim) a przede wszystkim masowym, poprzez jej ciągłą obecność w mediach. Zajęcia są próbą uchwycenia różnorodnych aspektów pisania o muzyce, a więc dziennikarstwa muzycznego. Spróbujemy poznać (a może i zrozumieć) to zjawisko, rozmawiając o dźwiękach, artystach, ich dokonaniach i umiejscawiać treści z nią związane w kontekstach pisania o muzyce i sprawach z nią związanych. Główne dziennikarskie formy gatunkowe, do których sięgniemy na zajęciach to: recenzja, komentarz/dyskusja grupowa, reportaż, artykuł/feature, wywiad, sylwetka/portret, sprawozdanie, felieton.

Opis:

Program konwersatorium

1. Wprowadzenie

- program zajęć
- wymagania
- efekty kształcenia

2. Elementy teorii muzyki – podstawowe pojęcia przydatne w dziennikarstwie muzycznym

- dlaczego muzyka sprawia nam przyjemność
- teoria muzyki: podstawowe pojęcia (tempo, dynamika, podział rytmiczny)
- gatunki muzyczne: podziały, typologie

Słuchanka:

ABBA „Arrival”

Dave Brubeck Quartet „Time Out”

Scott Walker „Scott”

3. Trochę technologii

- krótka historia muzyki popularnej i przemysłu muzycznego
- od wałka woskowego do pliku cyfrowego
- o istotnej roli płyty gramofonowej
- na czym słuchano muzyki dawno temu

Słuchanka:

Pink Floyd „The Dark Side of the Moon”

Kraftwerk „Trans Europa Express”

Frankie Goes to Hollywood „Welcome to the Pleasuredome”

4. Czym jest dziennikarstwo muzyczne A

- czym jest dziennikarstwo środowiskowe
- dziennikarstwo muzyczne jako dziennikarstwo środowiskowe
- odmiany dziennikarstwa muzycznego (treść, forma, odbiorcy, media)
- czasopisma muzyczne na świecie
- dziennikarze muzyczni na świecie: W.Connover, J.Peel, L.Banks, S.Reynolds

Słuchanka:

King Crimson „Red”

Devo „Q: Are We Not Men”

Japan „Tin Drum”

5. Dziennikarstwo muzyczne w Polsce (PRL, RP) A

- początki polskojęzycznego dziennikarstwa muzycznego
- dziennikarstwo muzyczne w PRL
- dziennikarstwo muzyczne w III RP
- czasopisma muzyczne w Polsce

Czytanka:

Baran Dariusz. „Media muzyczne w Polsce po 1989 roku – skąd, dokąd?” W: Parus Magdalena, Trudzik Artur (red.), „Media jako przestrzeń muzyki”. Gdańsk, 2016

Sankowski Robert, Krótka historia polskiej prasy muzycznej (<https://kultura.onet.pl/muzyka/gatunki/rock/krotka-historia-polskiej-prasy-muzycznej/4jer0kq>)

Słuchanka:

Niebiesko-Czarni „Twarze”

Lech Janerka „Historia Podwodna”

Apteka „Urojone całe miasta”

6. Dziennikarstwo muzyczne w Polsce (PRL, RP) c.d. O wybranych dziennikarzach i tekstach A

Dziennikarze radiowi:

Piotr Kaczkowski, PR3: <https://www.youtube.com/watch?v=cQal3W4LRd4&t=2s>

Marek Niedźwiecki, LP3: <https://www.youtube.com/watch?v=R64S1mp4jhw>

Tomasz Beksiński, PR3: <https://www.youtube.com/watch?v=Z1DnHtUt8y8>

Grzebałkowska Magdalena. „Beksińscy. Portret podwójny”. Kraków, 2014

Dziennikarze prasowi: „Magazyn Muzyczny”, „Jazz”, „Non Stop”, „Brum”, „Tylko Rock”, „Noise”, „Lizard”, „Glissando”, „Gazeta Magnetofonowa”

Słuchanka:

Niemen „Aerolit”

Morawski, Waglewski, Nowicki, Hołdys „Świnie”

Kury „Polovirus”

7. Czego słuchasz? p.1

– zadanie nr 2 – prezentujemy własne upodobania muzyczne

8. Czego słuchasz? p.2

– zadanie nr 2 – prezentujemy własne upodobania muzyczne

9. O gustach się (nie)dyskutuje? O wartościach też nie, ale o arcydziełach – tak A

– muzyka popularna a klasy społeczne

– dyskusja grupowa o gustach muzycznych

– bańki, w których funkcjonujemy

– top 10 najlepszych ever

– radiowe topy wszechczasów

Zadanie domowe: zastanów się nad top 5 swoich albumów lub piosenek

Czytanka:

Cyrek Barbara, Dziwak Ewelina. „Muzyczne uwikłania tożsamości”. Kultura Współczesna, 3/2017

Hornby Nick. „Wierność w stereo”. Poznań, 1996

Libera Antoni. „Modern Jazz Quartet”. NaGłos, 18/19, 1995

Łachecki Łukasz. „Popowa rewolucja już się wydarzyła”. Krytyka Polityczna, 2023. <https://krytykapolityczna.pl/kultura/porcys-popowa-rewolucja-juz-sie-wydarzyla-rozmowa-z-borysem-dejnarowiczem/>

Maj Bronisław. „a-C-D-F-a-C-E...”. NaGłos, 18/19, 1995

Reynolds Simon. „Retromania”. Warszawa, 2018. Roz. 2 „Pamięć absolutna”

Słuchanka:

Henry Cow “Legend”

Simple Minds „Sparkle in the Rain”

SBB “Follow My Dream”

Steven Wilson “Hand.Cannot.Erase”

10. Recenzje muzyczne A

– recenzja muzyczna jako gatunkowa forma dziennikarska

– pomiędzy opisem a oceną

– przykłady recenzji prasowych

Czytanka:

Shapiro Peter. „Fela Kuti”. W: Young Rob (red.). „Muzyka. Przewodnik Krytyki Politycznej”. Warszawa, 2012

Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Kaliszewski Andrzej, Furman Wojciech. „Gatunki dziennikarskie”. Warszawa, 2006. Roz. III, 6 „Recenzja”

Słuchanka:

Fela Kuti “Gentlemen”

Sun Ra “Atlantis”

Brian Eno, David Byrne “My Life in the Bush of Ghosts”

11. O wizualności w dziennikarstwie muzycznym A

– kategoria wizualności

– o patrzeniu na nieruchome obrazy (zdjęcia, okładki, plakaty)

– o patrzeniu na ruchome obrazy (teledyski, filmy)

– jak analizować teledyski muzyczne

– podstawowe kategorie analityczne

– praca analityczna na wybranych przykładach

Czytanka:

Rose Gillian. „Interpretacja materiałów wizualnych”. Warszawa, 2010; roz. 3

Oglądanka:

The Buggles “Video Killed the Radio Star”

ABC „The Look of Love”

Ultravox “Vienna”

12. Teledyski muzyczne A

– praca analityczna na przykładach wybranych przez uczestników zajęć

Zadanie domowe: przygotuj swoje ulubione teledyski – możesz je zaprezentować w trakcie zajęć i będziemy o nich rozmawiać

13. Filmy muzyczne A

– spojrzenie krytyczne na film muzyczny

– filmy dokumentalne i fabularne

– dyskusja nad wybranym filmem

Gnoiński L., Słota W. 2010 “Beats of Freedom – zew wolności”

14. Omówienie zadania nr 3, p.1
15. Omówienie zadania nr 3, p.2

Literatura:

Przydatne lektury:

Backer Chris. „Studia kulturowe”. Kraków, 2005
Brylewski Robert, Księżyk Rafał. „Kryzys w Babilonie. Autobiografia”. Kraków, 2012
Brzozowicz Grzegorz, Łobodziński Filip. „Sto płyt, które wstrząsnęły światem. Kronika czasów popkultury”. Warszawa, 2000
Budzyńska-Łazarkiewicz Magdalena, Gajda Krzysztof (red.), „Nowe słowa w piosence”. Poznań, 2017
Budzyński Tomasz. „Soul Side Story”. Poznań, 2011
Castaldo Gino. „Ziemia obiecana. Kultura rocka 1954-1994”. Kraków, 1997
Cox Christoph, Daniel Warner (red.). „Kultura dźwięku. Teksty o muzyce nowoczesnej”. Gdańsk, 2010
Cutler Chris. „O muzyce popularnej”. Warszawa, 1999
Drosser Christoph. „Muzyka: daj się uwieść!” Warszawa, 2011
Grzebałkowska Magdalena. „Beksińscy. Portret podwójny”. Kraków, 2014
Gwizdałanka Danuta. „100 lat z dziejów polskiej muzyki”. Kraków, 2018
Hornby Nick. „Wierność w stereo”. Poznań, 1996
Jarniewicz Jerzy. „All You need is Love. Sceny z życia kontrkultury”. Kraków, 2016
Kasprzycki Remigiusz. „Dekada Buntu”. Kraków, 2013
Kołakowski Leszek. „Legenda o cesarzu Kennedym: nowa dyskusja antropologiczna”. Zeszyty Literackie, 19/1987 (i późniejsze przedruki w „Mini wykładach...”)
Księżyk Rafał. „Dzika rzecz. Polska muzyka i transformacja 1989-1993”. Wołowiec, 2020
Kydryński Lucjan. „Gershwin”. Kraków, 1987
Lada Tomasz. „Zagrani na śmierć. Mroczne ścieżki polskiego undergroundu”. Wołowiec, 2020
Libera Antoni. „Modern Jazz Quartet”. NaGłos, 18/19, 1995
Lizut Mikołaj. „Punk Rock Later”. Warszawa, 2003
Maj Bronisław. „a-C-D-F-a-C-E...”. NaGłos, 18/19, 1995
Makowski Mirosław, Michał Szymański. „Obok albo ile procent Babilonu?” Katowice, 2010
Parus Magdalena, Trudzik Artur (red.), „Media jako przestrzenie muzyki”. Gdańsk, 2016
Piekarczyk Marek, Gnoiński Leszek. „Zwierzchnia kontestatora”. Kraków, 2014
Reynolds Simon. „Retromania”. Warszawa, 2018
Rose Gillian. „Interpretacja materiałów wizualnych”. Warszawa, 2010
Savage Jon. „1966. Rok, w którym eksplodowała dekada.” Warszawa, 2019
Stańko Tomasz, Księżyk Rafał. „Desperado. Autobiografia”. Kraków, 2010
Storey John. „Studia kulturowe i badania kultury popularnej”. Kraków, 2003
Strinati Dominic. „Wprowadzenie do kultury popularnej”. Poznań, 1998
Szałasek Filip. „Jak pisać o muzyce. O wolnym słuchaniu”. Gdańsk, 2015
Tyrmand Leopold. „U brzegów jazzu”. Warszawa, 2008
Young Rob (red.). „Muzyka. Przewodnik Krytyki Politycznej”. Warszawa, 2012
Wilczyński Michał. „Polski rock progresywny. Przewodnik”. Sosnowiec, 2008
Witkowski Grzegorz. „Grunty to bunt. Rozmowy o Jarocinie”. Poznań, 2011
Wolny-Zmorzyński Kazimierz, Kaliszewski Andrzej, Furman Wojciech. „Gatunki dziennikarskie”. Warszawa, 2006.

– czasopisma muzyczne:

Lizard
Noise
Glissando
Ruch Muzyczny
Audiosfera. Koncepcje – Badania – Praktyki

– numery tematyczne pism:

AVANT 3/2020
Kultura Współczesna 3/ 2017
Kultura Współczesna 2/ 2021

- kanały muzyczne (recenzje, porady, felietony, rankingi)

Rick Beato <https://www.youtube.com/c/RickBeato>
(serie: “What makes this song great”, “Interviews”)
Andy Edwards <https://www.youtube.com/c/AndyEdwardsDrummer>
Beat It <https://www.youtube.com/c/BeatIttv>
Guitar Stories: <https://www.youtube.com/c/GuitarStories>
Johnny Ray <https://www.youtube.com/channel/UCF1QtMvHOhEhvNt-4V9qcBA>
Discogs: <https://www.discogs.com>
Rate Your Music: <https://rateyourmusic.com>
Louder: <https://www.loudersound.com>
Pitchfork: <https://pitchfork.com>
All Music Guide: <https://www.allmusic.com>
Prog Archives: www.progarchives.com

Metody i kryteria oceniania:

Całościowe zaliczenie konwersatorium przybiera postać rozliczenia punktowego, w którym liczą się: (1) indywidualna aktywność podczas zajęć oraz (2) wykonanie własnych dziennikarskich działań indywidualnych.

1. Aktywność na zajęciach oceniana w skali punktowej: wypowiedzi powinny dotyczyć tematyki poruszanej na danych zajęciach, bazując na lekturach proponowanych do zajęć (czytanki). Za dane zajęcia można uzyskać 1 lub 2 punkty w zależności od jakości i relewancji wypowiedzi. Punkty za aktywność można uzyskać na zajęciach oznaczonych A w programie zajęć.
Na zajęcia warto przynieść znalezione przez siebie nagrania (wystarczy znaleźć je w sieci) lub/ oraz fragmenty z czasopism muzycznych (np. wywiady, artykuły, recenzje) drukowanych lub internetowych jako ilustracje danego tematu. Warto też zapoznać się z proponowanymi

do zajęć materiałami muzycznymi (słuchanki).

2. Wykonanie trzech Zadań – działań dziennikarskich. W ramach zajęć każdy Uczestnik jest zobowiązany do przygotowania trzech Zadań. Każda z tych prac ma być oryginalnym dziełem autorskim, prezentowanym pod lub podpisanym imieniem i nazwiskiem. Pamiętajcie o tym na każdym etapie pracy nad zadaniami.

Zadanie 1: recenzja / artykuł

Krytyczny artykuł na temat danego wykonawcy (dokonania artystyczne) i recenzja jego/jej płyty. Praca ma mieć charakter work-in-progress: od wstępnego zaznajomienia się z dziełem fonograficznym poprzez dogłębną pracę nad samą płytą i karierą artysty, który ją nagrał. Jej celem będzie napisanie większego artykułu o jakimś wykonawcy, którego punktem wyjścia będzie recenzja płyty. Oznacza to, że należy zaznajomić się z daną płytą, podejść do niej krytycznie, napisać recenzję, a następnie zaznajomić się z biografią i karierą danego wykonawcy i innymi płytami tej osoby. Do dzieł płytowych i innych dokonań należy podejść z krytycznym dystansem, czyli przedstawiamy analizę dyskursywną utworów, płyt, teledysków. Forma recenzji zakłada, że nie należy stronić od osobistych ocen, ale oceny te należy uzasadnić, wykorzystując aparat krytyczny stosowany do analiz komunikatów muzycznych (poznajemy go na zajęciach). Płyta do zrecenzowania będzie przydzielana każdemu Uczestnikowi/Uczestniczce zajęć indywidualnie w drodze losowania na zajęciach nr 1.

Praca nad Zadaniem 1 przebiegać będzie w 2 etapach:

Etap 1: po wylosowaniu płyty należy jej odsłuchać (raz, może dwa) i napisać pierwsze wrażenia w dowolnej formie – nie jest konieczne stosowanie aparatu krytycznego i recenzyjnego, można oddać tu swoje emocje, skojarzenia, oceny. Możecie naturalnie użyć aparatu krytycznego i posługiwać się odpowiednim językiem, jednak na tym etapie pracy nie to jest celem zadania. Jeżeli nie znacie danego wykonawcy lub konkretnej płyty – proszę nie szukajcie informacji na ten temat! Chodzi o pierwsze wrażenie, które wywoła w Was zrecenzowana płyta i tylko jej muzyczna zawartość. Napiszcie to, co przyjdzie Wam do głowy – chodzi o świeżość spojrzenia i wrażeń. Forma: dowolna, może to być szkic, felieton, komentarz

Objętość: 1-2 strony

Termin oddania tej refleksji: zajęcia nr 2

Etap 2: szukamy informacji o płycie, detalach nagrania (muzycy, studio, okładka, realizacja etc.). Na ogół są one łatwo dostępne w sieci. Piszemy recenzję, uwzględniając aparat krytyczny poznany na zajęciach (gatunki, teoria muzyki, teksty utworów, elementy wizualne), a dodatkowo zapoznajemy się z biografią artysty i jego/jej karierą. Pamiętajmy, że często taka osoba miała karierę toczącą się wiele lat i mogło dojść do różnych stylistycznych zmian w wykonywanej przezeń muzyce. W artykule uwzględnić należy kwestie dotyczące samej zrecenzowanej płyty, ale też działania promocyjne wykonawcy, teledyski, a inne płyty artysty porównać należy z płytą wylosowaną do zrecenzowania. Podkreście też, za co można cenić tego artystę, a za co nie cenić. Pokażcie, jaki jest Wasz stosunek do tego wykonawcy. Forma: ustrukturyzowana, połączenie form gatunkowych: artykuł/feature, recenzja, sylwetka, esej

Objętość: ok. 10 stron

Termin oddania artykułu: zajęcia nr 10

Punkty możliwe do uzyskania: 20

Zadanie 2: wystąpienie na żywo

Przygotowujemy krótkie sprawozdanie/prezentację z tego, czego zazwyczaj słuchamy, czyli dzielimy się tym, co nas w muzyce zachwyca i oczarowuje. Przygotuj krótkie omówienie tego, czego lubisz słuchać najbardziej (artyści, piosenki, płyty) i zaprezentuj w postaci krótkiej wypowiedzi. Jeżeli nie słuchasz muzyki, to należy także o tym opowiedzieć. Forma prezentacji: wypowiedź ustna / prezentacja podczas zajęć, ilustrowana wybranymi przez Ciebie dźwiękami. Forma gatunkowa: felieton, esej, szkic.

Długość: do 6 minut

Termin prezentacji: zajęcia nr 7 i 8

Punkty możliwe do uzyskania: 10

Zadanie 3: reportaż

Dziennikarz muzyczny w terenie, czyli reportaż muzyczny, dotyczący muzyki i jej miejsca w praktykach codzienności w Twoim środowisku rodzinnym. Celem jest przeprowadzenie wywiadów z rodzicami lub dziadkami, starszym rodzeństwem i rodziną, dotyczących różnorodnych aspektów słuchania muzyki, jej potencjału społecznego, jej istotności dla poszczególnych osób. Należy zatem wykonać research u siebie w domu/rodzinie. Poproście kilkoro osób ze swojej rodziny, aby opowiedzieli wam o ich wspomnieniach dotyczących słuchania muzyki w czasach, kiedy dorastali, byli na studiach, zaczynali pracę. Jak to wspominają i co pamiętają? Jakie piosenki/zespoły wbiły się im w pamięć? Jakich nośników do słuchania używali? Jakie media były dla nich ważne? Kiedy to było? Jakie mieli praktyki związane z „konsumowaniem” muzyki? Może wspólnie obejrzyjcie jakieś teledyski, czy fragmenty programów tv i spójrzcie na reakcje starszego pokolenia na owe czasy i na te utwory. Jakie są ich reakcje i spostrzeżenia w związku z muzyką z tamtych czasów? Jak to wspominają? Jakich kategorii używają do opowiadania o tych czasach? Chodzi oczywiście o wszelkie wrażenia – pozytywne, negatywne, obojętne. Wywiady takie stanowią podstawę do przygotowania reportażu dziennikarskiego. Trzeba go przedstawić jako nagranie (plik dźwiękowy lub video), które może być ilustrowane muzyką. Powinien on zawierać elementy felietonu, eseju i komentarza.

Długość: do 15-20 minut.

Termin oddania: zajęcia nr 13

Punkty możliwe do uzyskania: 20

Uwagi do pisemnej formy Zadania 1

a. Sposób oddania prac:

prace przesyłamy na adres: jezmar@umk.pl

praca powinna być podpisana w stopce u góry na 1 stronie

plik przesyłany jest wyłącznie w formacie .doc / .docx (NIE przesyłamy formatu .pdf)

ponadto przesyłany plik należy zatytułować: dziennikarstwo.muzyczne.24.x.ywz.1, gdzie w miejsce ostatnich liter x.ywz wpisujemy własne dane – inicjał i nazwisko (najlepiej bez polskich liter) a cyferka oznacza, o którą pracę chodzi, czyli gdybym to ja oddawał pracę nr 1 (artykuł+recenzja), to nazwałbym plik: dziennikarstwo.muzyczne.24.m.jezinski.1.

Uwaga: prace niepodpisane w ten sposób nie będą sprawdzane ze wszystkimi tego konsekwencjami.

b. Parametry redakcyjne:

czcionka: times new roman 12 lub arial 11

odstęp: 1.5

margins: 2.5

Studentki i Studenci ze specjalnymi potrzebami edukacyjnymi oraz studiujący wg indywidualnej organizacji studiów mają możliwość ustalenia indywidualnego trybu odbywania zajęć w ramach możliwości organizacyjnych. Ustalenie takiego trybu odbywania zajęć musi mieć miejsce (mailowo lub podczas dyżuru) w ciągu pierwszego tygodnia od rozpoczęcia zajęć dydaktycznych.

Możliwa maksymalna ilość punktów za działania podczas zajęć (66 max.):

aktywność: 16

Zadanie 1: 20

Zadanie 2: 10

Zadanie 3: 20

Skala punktowa a oceny:

dst: 60-74%

dst+: 75-80%

db: 81-85%

db+: 86-90%

bdb: 91-100%

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: 10

c. Czas wymagany na zapoznanie się z wynikami pisemnych prac zaliczeniowych: 10

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

a. Zapoznanie się z podstawową literaturą przedmiotu: 15

b. Zapoznanie się z uzupełniającą literaturą przedmiotu: 5

c. Czas wymagany do przygotowania pisemnych prac zaliczeniowych: 25

d. Czas wymagany do przygotowania prezentacji ustnej: 15

Efekty uczenia się - wiedza

K_W03

Ma uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę szczegółową, w wybranych aspektach dziennikarstwa muzycznego

K_W05

Zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania różnych rodzajów działalności zawodowej w zakresie dziennikarstwa muzycznego (w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w zakresie dotyczącym dzieł artystycznych)

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U01

Wykorzystuje, selekcjonuje, ocenia, przetwarza (tj. analizuje, syntezuje, interpretuje), prezentuje informacje ze źródeł tradycyjnych i elektronicznych z punktu widzenia praktyki dziennikarstwa muzycznego

K_U02

Wykorzystuje posiadaną wiedzę przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi badawczych, a także zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych przy prezentowaniu wiedzy z zakresu dziennikarstwa muzycznego

K_U04

Wykorzystuje wiedzę z zakresu dziennikarstwa muzycznego, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska oraz dyskutuje o nich

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K_K01

Jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści z zakresu dziennikarstwa muzycznego

K_K02

Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się, zwłaszcza poprzez lekturę literatury fachowej, czasopism i portali branżowych, uczestnictwo w konferencjach specjalistycznych z zakresu dziennikarstwa muzycznego

Metody dydaktyczne

metody dydaktyczne podające: opisowa, konwersatoryjna

metody dydaktyczne poszukujące: ćwiczeniowa, giełda pomysłów, obserwacji, problemowa, studium przypadku, projektu

Metody dydaktyczne podające

- opowiadanie
- pogadanka
- wykład informacyjny (konwencjonalny)
- wykład problemowy

Metody dydaktyczne poszukujące

- ćwiczeniowa
- klasyczna metoda problemowa

Metody dydaktyczne poszukujące
- laboratoryjna - panelowa - referatu - seminaryjna - studium przypadku
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
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)	2022/23	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2022/23	2022/23
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Publicystyka polityczna (2401-D-S1-3-DNM-PP)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Political journalism**

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 zostaną poświęcone różnym formom publicystyki dotyczącej polityki w kraju i za granicą. Celem zajęć jest praktyczna nauka pisania tekstów publicystycznych.

Opis:

1. Rodzaje wypowiedzi publicystycznej
2. Zbieranie argumentów i kontrargumentów oraz weryfikacja danych
3. Konstruowanie komentarza
4. Esej
5. Tekst eksplanacyjny - wyjaśniający dane zjawisko bądź wydarzenie
6. Tekst hagiograficzny - melioratywny o danej osobie
7. Paszkwil
8. Pamflet
9. Felieton
10. Polemika
11. Odpowiedź na polemikę
12. Odpowiedź na hate speech - jak najtrafniejsza odpowiedź na dowolnie wybrany przykład hate speech.
13. Komentarz liberalny - naczelną wartością jest wolność.
14. Komentarz nacjonalistyczny eksponujący wartość narodu.
15. Komentarz socjaldemokratyczny, gdzie najwyższą wartością jest równość.
16. Komentarz anty-demokratyczny - wskazujący ułomne cechy demokracji lub całkowicie ją negujący.

Literatura:

Praca ze źródłami, dowolne podręczniki o gatunkach dziennikarskich oraz o typach myślenia politycznego, w tym ideologicznego, pomocne mogą być np. następujące teksty:
Roman Backer, Nietradycyjna teoria polityki, Toruń 2011 (dostępna online);
Roman Backer, Joanna Rak (eds.), DEMOCRACY AND ITS ENEMIES IN EUROPE. SUCCESSES AND FAILURES IN COMBATING AUTOCRATIC THREATS, Routledge, 2025.

Wroński, K. (2024). Szymon Hołownia–celebrytyzacja polityka. Polityka i Społeczeństwo, 22(3), 299-310.
Popławski, J. (2024). Medialne oblicza Donalda Trumpa na podstawie publikacji z tygodników „Newsweek” oraz „Sieci” w czasie kampanii prezydenckiej 2020 roku. Łódzkie Studia Teologiczne, 33(3), 149-185.
Sołga, P. (2024). Społeczno-polityczne wpływy masonerii w świetle prasy katolickiej Drugiej Rzeczypospolitej. Dzieje Najnowsze, 56(2), 27-48.

Metody i kryteria oceniania:

Warunkiem uzyskania oceny bdb jest napisanie co najmniej 13 akceptowalnych tekstów publicystycznych. Nie mogą one zawierać błędów językowych, powinny spełniać kryteria formalne (np. m.in. ok. 900 znaków), przynależności do danego gatunku i rodzaju publicystyki oraz kryteria merytoryczne i etyczne.

W przypadku niespełnienia tych kryteriów lub nienapisania tekstu następuje obniżenie oceny. Tak więc dla uzyskania oceny dst konieczne jest napisanie minimum 11 tekstów spełniających wszystkie powyższe kryteria. Ocenę dobrą uzyskuje się po napisaniu 12 tekstów spełniających wyżej opisane kryteria.

Obniżenie oceny następuje również w przypadku nieoddania pracy w terminie (nieprzedstawienia tekstu w trakcie właściwych zajęć i wysłania emailiem po terminie) – każde opóźnienie pół oceny mniej.

Całkowity nakład pracy studenta

120 godzin w tym:

30 h zajęć,

70 h - przygotowywanie po jednym tekście publicystycznym na każde zajęcia.

20 h - konsultacje w trakcie dyżurów oraz poza czasem przeznaczonym na dyżury przeprowadzane bezpośrednio lub on-line.

Efekty uczenia się - wiedza

Uzyskać wiedzę - szerszą niż ta zdobyta podczas kursu na temat gatunków dziennikarskich - dotyczącą najważniejszych gatunków publicystycznych, przede wszystkim komentarza, felietonu, artykułu publicystycznego, eseju. Efekty uczenia się zgodne z K_W03 oraz K_W04.

Efekty uczenia się - umiejętności

Potrafić skomentować bieżące wydarzenia polityczne, zarówno ustnie, jak pisemnie. Umieć twórczo wykorzystywać w komentarzu cechy różnych gatunków publicystycznych. Potrafić ocenić wartość przekazów publicystycznych, biorąc pod uwagę cechy różnych gatunków, walory merytoryczne i retoryczne tekstów, kwestie związane z etyką dziennikarską. Efekty uczenia się zgodne z K_U01, K_U03 oraz K_U04.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
Zyskać głębszą świadomość na temat znaczenia mediów w życiu publicznym współczesnego świata. Ma to dotyczyć głównie kwestii rzetelności publicystyki, przywiązania do zasady obiektywizmu, ważenia i godzenia różnych wartości, etosu służby publicznej. Efekty uczenia się zgodne z K_K01 oraz K_K04 i przede wszystkim K_K06.
Metody dydaktyczne
Wykład konwersatoryjny, metoda seminaryjna, studium przypadku. Praca z tekstem dziennikarskim.
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji - metody rozwijające refleksyjne myślenie
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - doświadczeń - seminaryjna
Wymagania wstępne
Wcześniejszy udział w zajęciach z przedmiotu gatunki dziennikarskie.

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Start-up medialny (2401-D-S1-3-DNM-SM)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Media start-up**

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 za zadanie przybliżyć studentom proces tworzenia, zarządzania i komunikowania startupów. Na kolejnych spotkaniach będą poruszane zagadnienia kluczowe dla zrozumienia procesów projektowania produktów/usług, analizy otoczenia biznesowego, tworzenia strategii rynkowych, przygotowania pitch decku.

Opis:

2. Creative Thinking Startup: problem, rozwiązanie
3. Pitch Deck: koncepcja kreatywna
4. Produkt/Usługa 1
5. Produkt/Usługa 2
6. Model biznesowy 1
7. Model biznesowy 2
8. Rynek
9. Konkurencja
10. Trakcja
11. Finanse/Strategia cenowa 1
12. Zespół
13. Pivotowanie
14. Pivotowanie
15. Prezentacje projektów i podsumowanie zajęć

Literatura:

Aulet, B. (2013). Disciplined Entrepreneurship. 24 steps to a successful startup. Wiley: Hoboken.

Aulet, B. (2017). Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup - Workbook. Wiley: Hoboken.

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 pitch deck startupu.

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 tworzenia i zarządzania startupami - K_W06, K_W14, K_W19.

Efekty uczenia się - umiejętności

- U1: Student potrafi wykorzystać wiedzę w procesie budowania startupów - K_U03, K_U07.
- U2: Student posiada umiejętność prowadzenia analizy otoczenia biznesowego startupów - K_U04, K_U07.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K1: Student jest przygotowany do pracy w zespole projektowym zarządzającym strategiami startupów - K_K03, K_K05.

Metody dydaktyczne
- klasyczna metoda problemowa - projektu - studium przypadku - opis
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody oparte na współpracy - metody wymiany i dyskusji
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)	2021/22	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Polityka we współczesnej Polsce (2401-D-S1-3-PWP)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Politics in contemporary Poland

Dane dotyczące przedmiotu:

Jednostka oferująca przedmiot: Instytut Badań Informacji i Komunikacji

Przedmiot dla jednostki: Wydział Filozofii i Nauk Społecznych

Domyślny typ protokołu dla przedmiotu:

Zaliczenie na ocenę

Język wykładowy:

polski

Skrócony opis:

Podstawowe mechanizmy funkcjonowania świata politycznego

Instytucje biurokratyczne a politycy

Opinia publiczna a I, II i III władza publiczna

Zbieranie informacji po polsku

2 niezależne od siebie źródła informacji – uzasadnienie wyboru, wyniki porównania, wnioski

Zbieranie informacji w języku obcym nie -angielskim

2 niezależne od siebie źródła informacji – uzasadnienie wyboru, wyniki porównania, wnioski

Jak zdobyć informacje, których nie chce ujawnić sprawca?

Przykład, wskazanie drogi zdobycia

Określenie kompetencji władczych i wpływów formalnych danego polityka

Zdefiniowanie kompetencji władczych i wpływów nieformalnych danego polityka

Wywiad prasowy z danym politykiem 900 znaków

Wywiad radiowy z politykiem 1 minuta

Wywiad telewizyjny 1 minuta

Organizacja debaty publicznej z politykami najważniejszych partii 1 strona

Przeprowadzenie debaty publicznej z politykami 10 minut

Opis:

1/ Podstawowe mechanizmy funkcjonowania świata politycznego

2/ Instytucje biurokratyczne a politycy

3/ Opinia publiczna a I, II i III władza publiczna

4/ Zbieranie informacji po polsku

5/ 2 niezależne od siebie źródła informacji – uzasadnienie wyboru, wyniki porównania, wnioski

5/ Zbieranie informacji w języku obcym nie -angielskim

2 niezależne od siebie źródła informacji – uzasadnienie wyboru, wyniki porównania, wnioski

6/ Jak zdobyć informacje, których nie chce ujawnić sprawca?

Przykład, wskazanie drogi zdobycia

7/ Określenie kompetencji władczych i wpływów formalnych danego polityka

8/ Zdefiniowanie kompetencji władczych i wpływów nieformalnych danego polityka

9/ Skuteczna walka z hate speech. Case study.

10/ Wywiad prasowy z danym politykiem 900 znaków

11/ Wywiad radiowy z politykiem 1 minuta

12/ Wywiad telewizyjny 1 minuta

13/ Organizacja debaty publicznej z politykami najważniejszych partii 1 strona

14-15/ Przeprowadzenie debaty publicznej z politykami 10 minut

Literatura:

Prasa (Rzeczpospolita, Gazeta Wyborcza, prasa Polska Press itd.)

portale internetowe (Interia, Onet, wp itd.)

Metody i kryteria oceniania:

Warunkiem uzyskania zaliczenia jest zdobycie pozytywnej oceny z każdych zajęć praktycznych (od zajęć 4 do 15).

Całkowity nakład pracy studenta

120 h

w tym

bezpośredni kontakt z nauczycielem

30 h zajęć,

20-30 h konsultacje, korespondencja e-mailowa, omawianie rezultatów poszczególnych prac

indywidualna praca studenta

60- 90 h przygotowywanie tekstów dziennikarskich na każde zajęcia

Efekty uczenia się - wiedza

Wiedza o instytucjach i mechanizmach funkcjonowania świata politycznego. Znajomość możliwości oddziaływania opinii publicznej.

Efekty uczenia się zgodne z K_W03 oraz K_W04.

Efekty uczenia się - umiejętności

Umiejętności posługiwania się zróżnicowanym warsztatem dziennikarskim dla analizy, interpretacji i uczestnictwa w świecie politycznym.

Efekty uczenia się zgodne z K_U01, K_U03, K_U04, K_U07.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

Rozumienie i komunikowanie się z politykami. Znajomość dylematów etycznych świata polityki. Efekty uczenia się zgodne z K_K01, K_K04 oraz K_K06.

Metody dydaktyczne
, zajęcia praktyczne
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - obserwacji - projektu - studium przypadku
Wymagania wstępne
Elementarna wiedza o świecie politycznym.

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 III rok s1 (2401-D-s1-3)	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	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Socjologia mediów (2401-D-S1-3-SM)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Media sociology

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:

Kurs ma na celu przybliżenie i zrozumienie relacji między mediami a społeczeństwem. Szczególnie interesowało nas będzie w jaki sposób współczesne media cyfrowe przebudowują otaczającą nas rzeczywistość.

Opis:

1. zajęcia wprowadzające i warunki zaliczenia

2. dyskusja: Jakie są media? Jakie media być "powinny"? Funkcje i funkcjonalności mediów społecznościowych

3. dyskusja i praca w grupach, przedstawienie stanowisk na temat poszczególnych platform i zaspokajanych przez nie potrzeb

4 i 5. Od mediów tradycyjnych do mediów cyfrowych, od społeczeństwa tradycyjnego do cyfrowego

Magdalena Szpunar, Nowe-stare medium. Internet między tworzeniem nowych modeli komunikacyjnych a repordukowaniem schematów komunikowania masowego, Wydawnictwo IFiS PAN, Warszawa 2012, s. 11-44, dostęp: https://www.magdalenaszpunar.com/_pliki/Nowe-stare%20medium_Szpunar.pdf

Aleksandra Skrabacz, Monika Lewińska-Krzak, Wpływ rewolucji cyfrowej na rozwój społeczeństwa informacyjnego oraz społeczną wartość informacji, [w:] Roczniki Nauk Społecznych, Tom 50 Nr 1 (2022): Tom 14 (50), dostęp: <https://ojs.tnku.pl/index.php/rns/article/view/17189>

6. Geneza i znaczenie Internetu z perspektywy socjologicznej

Jacek Kulbaka, "Internet - od historii do współczesności. Geneza, rozwój, znaczenie" [w:] "International journal of new economics and social sciences", 2023, dostęp: <https://ijoness.com/resources/html/article/details?id=620547&language=pl>

Jan Waszewski, Maciej Gurtowski, Niewidzialna infrastruktura Internetu - usługi chmurowe jako krytyczny element środowiska bezpieczeństwa. Przypadek Amazona [w:] "Przegląd Bezpieczeństwa Wewnętrznego", 2021, dostęp: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_4467_20801335PBW_21_021_14298

7. Jak to mierzyć, jak to badać? Socjologia mediów, socjologia cyfrowa, socjologia Internetu, netnografia...

Lektura obowiązkowa: Jemielniak, Dariusz. 2018. Socjologia 2.0: o potrzebie łączenia Big Data z etnografią cyfrową, wyzwaniach jakościowej socjologii cyfrowej i systematyzacji pojęć, „Studia Socjologiczne”, nr 2 (229), s. 7-29, dostęp: <http://www.czasopisma.pan.pl/dlibra/publication/122461/edition/106740/content/socjologia-2-0-o-potrzebie-laczenia-big-data-z-etnografia-cyfrowa-wyzwaniach-jakosciowej-socjologii-cyfrowej-i-systematyzacji-pojec-jemielniak-dariusz>

Michał Żytomirski, "Określanie osobowości użytkowników Internetu poprzez analizowanie ich cyfrowych śladów w świetle wybranych badań dr. Michała Kosińskiego" [w:] "ACTA UNIVERSITATIS LODZIENSIS", 2021, dostęp: <https://czasopisma.uni.lodz.pl/librorum/article/view/10849>

8. Gate keeping, agenda setting, framing i priming

Barbara Małecka, Selekcja informacji w mediach w oparciu o teorię Agendy Setting,

„Conversatoria Linguistica”, (10), 149–160. Dostęp: <https://czasopisma.uph.edu.pl/conversatorialinguistica/article/view/1058>

Film: "Dont Look Up" ("Nie patrz w górę"), reż. Adam McKay, 2021.

9. Bańki filtrujące, fake newsy, dezinformacja i teorie spiskowe

Raport "Zjawisko dezinformacji w dobie rewolucji cyfrowej. Państwo. Społeczeństwo. Polityka. Biznes", rozdział II "Społeczeństwo". dostęp: https://cyberpolicy.nask.pl/wp-content/uploads/2019/09/Raport_CP_Deinformacja_ONLINE_s.pdf

Coronavirus: Conspiracy Theories: Last Week Tonight with John Oliver (HBO), John Oliver, 2020.

Przemysław Krysiński, Małgorzata Kowalska-Chrzanowska, "Wykorzystanie narzędzi do monitoringu internetu w badaniach informacji na temat wojny w Ukrainie na przykładzie działania aplikacji Brand24" [w:] „Polityka i Społeczeństwo” 3(21), 2023, dostęp: http://cejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.ojs-doi-10_15584_polispol_2023_3_10

10. Dezinformacja

Armitage, R., & Vaccari, C. (2021). Misinformation and disinformation. In H. Tumber & S. Waisbord (Eds.), The Routledge Companion to Media Disinformation and Populism (pp. 38–48). Routledge (PDF dostarczy prowadząca)

Bernstein, J. (2021). Bad News: Selling the story of disinformation. Harper's Magazine, September 2021. <https://harpers.org/archive/2021/09/bad-news-selling-the-story-of-disinformation/>

Można też odsłuchać podcast - rozmowę z autorem (treści się w dużej mierze pokrywają, więc jak kto woli): <https://harpers.org/2021/09/bad-news-disinformation/>

11. Wielki wybuch danych

Abu Muna Almaududi Ausat, "The Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Its Influence on Economic Decisions" [w:]

"Technology and Society Perspectives", 2023, pages 35–44, dostęp: <https://journal.literasisainsnusantara.com/index.php/tacit/article/view/37>

Dennis Nguyen, Bjorn Beijnon, "The data subject and the myth of the 'black box' data communication and critical data literacy as a resistant practice to platform exploitation" [w:] "Information, Communication & Society", 2024, dostęp: <https://www.tandfonline.com/doi/epdf/10.1080/1369118X.2023.2205504?needAccess=true>

Katarzyna Śledziwska, Renata Włoch, "Cyfrowa gospodarka. Jak nowe technologie zmieniają świat", 2020, s. 63-93, dostęp: https://www.pl/data/include/cms//Gospodarka_cyfrowa_Sledziwska_Katarzyna_Wloch_Renata_red_2020.pdf?v=1586519403699

12. AI cz. 1

Haenlein, M., Kaplan, A. (2019). A Brief History of Artificial Intelligence: On the Past, Present, and Future of Artificial Intelligence.

„California Management Review”, Vol. 61, nr 4, dostęp: https://www.researchgate.net/publication/334539401_A_Brief_History_of_Artificial_Intelligence_On_the_Past_Present_and_Future_of_Artificial_Intelligence

Karin van Es, Dennis Nguyen, "Your friendly AI assistant": the anthropomorphic self-representations of ChatGPT and its implications for imagining AI" [w:] "AI & Society", 2024, dostęp: <https://www.researchgate.net/publication/>

385299563 Your friendly AI assistant the anthropomorphic self-representations of ChatGPT and its implications for imagining AI Jaskowska, B. (2023). "Książki pisane przez sztuczną inteligencję: Teraźniejszość oraz refleksje i pytania o przyszłość" [w:] "Perspektywy Kultury", 2023, dostęp: https://czasopisma.ignatianum.edu.pl/pk/article/view/2623/2447 13. AI cz. 2. Haenlein, M., Kaplan, A. (2018). Siri, Siri, in my hand: Who's the fairest in the land? On the interpretations, illustrations, and implications of artificial intelligence. „Business Horizons”, Vol. 62, nr 1, dostęp: https://www.researchgate.net/publication/328761767_Siri_Siri_in_my_hand_Who's_the_fairest_in_the_land_On_the_interpretations_illustrations_and_implications_of_artificial_intelli Michael A. Peters, Liz Jackson, Marianna Papastephanou i in., "AI and the future of humanity: ChatGPT-4, philosophy and education - Critical responses" [w:] "Educational Philosophy and Theory" 2023, dostęp: https://www.researchgate.net/publication/371275148_AI_and_the_future_of_humanity_ChatGPT-4_philosophy_and_education_-_Critical_responses 14. Czy nowe media zmieniają ludzi? Sylvia Czubkowska, Marek Szymaniak, Trolle, amisze, cyfrowi przewodnicy i technologicznie obojętni. Jakim rodzajem rodzica jesteś?, "Spider's Web"; dostęp: https://spidersweb.pl/plus/2021/10/rodzice-dziecko-cyfrizacja-technologie-wychowanie-lek-nastolatek-tiktok-youtube Małgorzata Gruchola, Małgorzata Tatała, "Problematiczne używanie internetu a style rozmowy pokolenia Z" [w:] Roczniki Kulturoznawcze, Tom XV, 2024, dostęp: https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/2008361. Paweł Nowak, "Transformacja cyfrowa a kondycja ludzka. O relacjach międzyludzkich i matrycy transcendentnej" [w:] "Seminare. Poszukiwania naukowe", Tom 43 Nr 1, 2022, dostęp: https://czasopisma.uksw.edu.pl/index.php/s/article/view/10072/8788 15. Kolokwium zaliczeniowe
Literatura:
Przypisana do poszczególnych zajęć.
Metody i kryteria oceniania:
Zasady gry 1. Obecność na zajęciach jest obowiązkiem każdego z Państwa. Niezależnie od powodu dopuszczam dwie nieobecności. Trzecią nieobecność należy odrobić. Czwarta nieobecność oznacza niezaliczenie kursu! 2. Na zajęciach stawiacie się Państwo przygotowani, czyli z przeczytanymi tekstami i gotowi do rozmowy. Nie oczekuję, że od razu zrozumiecie każdy zadany tekst. Ważniejsza jest próba zrozumienia, której od Państwa wymagam. Jeśli tekst okaże się nad wyraz trudny, w trakcie zajęć przewróćmy go do góry nogami, aby stał się bardziej przystępny. 3. Poza zajęciami jestem do Państwa dyspozycji w trakcie dyżurów. W razie potrzeby można się ze mną kontaktować również mailowo (olga.dobroslaw@gmail.com). Podstawą zaliczenia jest praca na zajęciach, aktywność oraz kolokwium zaliczeniowe. Odbędzie się ono na ostatnich w semestrze zajęciach i składać będzie się z pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru oraz pytań otwartych.
Całkowity nakład pracy studenta
1 - punkt udział w zajęciach 1 punkt - bezpośredni kontakt z wykładowczynią (konsultacje, korespondencja mailowa)
Efekty uczenia się - wiedza
W1 Ma wiedzę z zakresu różnych podejść do socjologii mediów - K_W07 W2 Ma widzę na temat mechanizmów medialnie zależnych procesów społecznych i kulturowych - K_W08 W3 Ma widzę na temat projektowania i prowadzenia eksplorujących projektów badawczych z zakresu socjologii mediów - K_W10
Efekty uczenia się - umiejętności
U1 Używa podstawowej wiedzy do opisu i krytycznej analizy procesów społecznych - K_U02 U2 Używa metod i technik badawczych do analizowania procesów społecznych i medialnych - K_U04
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
K1 Zna poziom zdobytej wiedzy i umiejętności z zakresu socjologii mediów - K_K01 K2 Jest przygotowany aby być liderem i aktywnym członkiem grup badawczych. Przygotowuje swoją pracę w sposób odpowiedzialny, planuje i wykonuje powierzone zadania - K_K03, K_K04
Metody dydaktyczne
Opis Ćwiczeniowa Giełda pomysłów Projektu Obserwacji
Metody dydaktyczne podające
- wykład konwersatoryjny - pogadanka - opis - wykład problemowy
Metody dydaktyczne poszukujące
- ćwiczeniowa - giełda pomysłów - klasyczna metoda problemowa - obserwacji - projektu - studium przypadku

Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1 (2401-D-s1-3)	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	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Systemy medialne na świecie (2401-D-S1-3-SMS)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Media systems in the world

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:

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istniejącymi na świecie systemami medialnymi. Dlatego istotnym jest przedstawienie różnych rodzajów modeli systemów medialnych, procesów i zjawisk w nich występujących, a następnie na ich podstawie analizowanie konkretnych przypadków w Europie i na świecie.

Służyć temu będzie przeprowadzenie analiz porównawczych stanu rozwoju poszczególnych typów mediów, omówienie strukturalno-przestrzennego układu mediów i ich funkcjonowania w systemie politycznym i rynkowym, co związane jest z analizą relacji media-polityka-gospodarka.

Opis:

1. Wprowadzenie. System medialny: istota, cechy, struktura
2. Determinanty kształtowania się systemów medialnych na świecie
3. Klasyfikacja systemów medialnych, ujęcie porównawcze – model liberalny, demokratycznego korporacjonizmu, spolaryzowanego pluralizmu
4. Polityka medialna Unii Europejskiej
5. System medialny USA
6. System medialny Wielkiej Brytanii
7. System medialny Niemiec
8. System medialny Norwegii i Szwecji
9. System medialny Francji
10. System medialny Włoch
11. System medialny Hiszpanii
12. System medialny Czech i Słowacji
13. System medialny Japonii
14. system medialny Rosji
15. Podsumowanie: najważniejsze aspekty światowych systemów medialnych

Literatura:

Literatura obowiązkowa:

Adamowski J (red.). 2008. Wybrane zagraniczne systemy medialne. Warszawa: Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne.

Hallin D., Mancini P. 2007. Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym. Kraków: Wydawnictwo UJ.

Stasiak-Jazukiewicz E, Jas-Kozakiewicz M. 2011. Polityka medialna Unii Europejskiej. Warszawa: Poltext.

Literatura uzupełniająca:

Adamowski J.W., Jaskiernia A. (red.). 2012. Systemy medialne w XXI wieku. Wspólne czy różne drogi rozwoju. Warszawa: ASPRA-JR.

Böll H. 2002. Utracona część Katarzyny Blum. Warszawa: Gazeta Wyborcza.

Cloud S., Olson L. 2006. Chłopcy Murrowa. Na frontach wojny i dziennikarstwa. Warszawa: AMF.

Dobek-Ostrowska B. 2002. Transformacja systemów medialnych w krajach Europy Środkowo-Wschodniej po 1989 roku. Wrocław: Wydawnictwo UWr.

Dobek-Ostrowska Bogusława (red.). 2007. Media masowe na świecie. Modele systemów medialnych i ich dynamika rozwojowa. Wrocław: Wydawnictwo UWr.

Donaj Ł. 2001. Media w systemie politycznym Federacji Rosyjskiej. Poznań: UAM

Felsztynski J. 2015. Borys Biereziowski. Zapiski wisielca. Warszawa: Prószyński Media.

Golka B. 2004. System medialny Stanów Zjednoczonych. Warszawa: Wydawnictwa Szkolne i Pedagogiczne.

Golka B. 2001. System medialny Francji. Warszawa: Elipsa

Głowacki M. 2011. Polityka medialna Danii, Norwegii i Szwecji. Analiza porównawcza interwencji państwa w systemy telewizyjne. Toruń: Wyd. ECE.

Jakubowicz K. 2010. Unia Europejska a media. Między kulturą a gospodarką. Warszawa: Wyd. Akademickie i Profesjonalne.

Jóźwiak-Di Marcanonio. 2011. Silvio Berlusconi. Geniusz mediów i marketingu politycznego. Wrocław: Alta 2.

Konarska K. 2007. System mediów elektronicznych w Wielkiej Brytanii. Toruń: Wydawnictwo Adam Marszałek.

Matykwicz-Włodarska A., Śliwińska M. 2014. Systemy medialne państw Unii Europejskiej. Nowe kraje członkowskie. Toruń: Wyd. Adam Marszałek.

Ociepka B., Ratajczak M. 2000. Media i komunikowanie polityczne. Niemcy, Austria, Szwajcaria. Wrocław: Arboretum.

Oniszczyk Z., Gierula M. (red.). 2007. Mało znane systemy medialne. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.

Oniszczyk Z., Gierula M. (red.). 2009. Systemy medialne krajów bałkańskich. Sosnowiec: Oficyna Wydawnicza Humanitas.

Poulet B. 2011. Śmierć gazet i przyszłość informacji. Wołowiec: Wyd. Czarne.

Stefano de Ch. 2017. Oriana Fallaci. Portret kobiety. Katowice: Sonia Draga.

Thomas B. 2018. Walt Disney. Potęga marzeń. Warszawa: Dream Books.

Wallraff G. 2012. Z nowego wspaniałego świata. Wołowiec: Wyd. Czarne.

Williams K. 2008. Media w Europie. Warszawa: Wydawnictwa Profesjonalne i Akademickie.

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 Praktyki zawodowe: brak
Całkowity nakład pracy studenta
1. Godziny realizowane z udziałem nauczyciela - 30 wykładu i konsultacje (2 ECTS - 60h) 2. Czas poświęcony na pracę indywidualną studenta potrzebny do pomyślnego zaliczenia przedmiotu (2 ECTS - 60h) Suma: 4 ECTS (120h)
Efekty uczenia się - wiedza
K_W03 Ma podstawową wiedzę o współczesnych systemach medialnych, w tym również o polskim. S1A_W02 K_W04 Ma podstawową wiedzę o relacjach między strukturami i instytucjami społecznymi w skali krajowej, międzynarodowej i międzykulturowej. S1A_W03 K_W13 Zna najważniejsze etapy rozwoju mediów masowych (prasy, radia, telewizji) i nowych mediów na tle warunków poszczególnych epok, ze szczególnym uwzględnieniem zmian społecznych, politycznych i technologicznych. S1A_W08 S1A_W09 Zna zjawiska współczesne w mediach i mechanizmy rządzące rynkiem mediów.
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_U03 Rozumie przyczyny i przebieg konkretnych procesów społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, gospodarczych), właściwych dla obszaru dziennikarstwa i komunikacji społecznej; potrafi właściwie je analizować. S1A_U03 K_U04 Wykorzystując standardowe metody i narzędzia z zakresu nauki o mediach i komunikacji społecznej, potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne, kulturowe, polityczne, prawne, ekonomiczne. S1A_U04 K_U08 Rozumie i analizuje zjawiska społeczne. S1A_U08 Analizuje zjawiska w obszarze mediów i komunikacji społecznej.
Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
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 Prawidłowo identyfikuje dylematy zawodowe dziennikarza. Rozumie potrzebę samokształcenia.
Metody dydaktyczne podające
- wykład informacyjny (konwencjonalny) - wykład konwersatoryjny
Metody dydaktyczne poszukujące
- biograficzna - studium przypadku
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
Wymagania wstępne
brak

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1 (2401-D-s1-3)	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

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
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	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Wybrane nurty kultury współczesnej (2401-D-S1-3-WNKW)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Selected trends in contemporary culture**

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:

Wykład poświęcony kulturze i zjawiskom najbardziej w niej charakterystycznym od modernizmu do postmodernizmu. Charakterystyka obejmuje nurty w filozofii, literaturze, architekturze, sztukach plastycznych (od tradycyjnego malarstwa do twórczości generowanej w sieci, w tym przez AI). Omawiane są także nurty i mody obecne w kulturze postmodernistycznej, w tym m.in. punk, kamp, queer, wege, fit, freeganizm. Wybrane problemy i zjawiska w kulturze współczesnej analizowane są w duchu kulturoznawczym i antropologicznym, w kontekście zagadnień socjologicznych i - w niewielkim stopniu - politologicznych. Przegląd teorii i problemów dotyczących kultury współczesnej ma skłaniać do krytycznego i refleksyjnego spojrzenia na współczesną rzeczywistość kulturową. Wskazanie trendów (wiodących i do nich opozycyjnych, plasujących się na peryferium systemu) i mód w kulturze popularnej prowadzić powinno do wytworzenia syntetycznego, złożonego, inspirującego obrazu kultury ponowoczesnej.

Opis:

Przedmiot ma na celu uporządkowanie wiedzy o kulturze współczesnej i zapoznanie studentów z podstawowymi teoriami dotyczącymi przemian w kulturze współczesnej (od końca XIX wieku po teraźniejszość). Podejmuje się tu analizę zjawisk, trendów i mód sytuujących się w nurcie głównym kultury współczesnej jak i w opozycji do założeń i gustów kształtujących trendy wiodące. Wykład ma charakter problematyzujący. Jego podstawowym celem jest wyposażenie słuchaczy w narzędzia, pozwalające krytycznie i świadomie poruszać się w obecnych realiach kulturowych.

Zakres tematyczny:

- pojęcie kultury (Taylor, Kroeber, Weber, Levi-Strauss, Eco, Arnold, Kłoskowska)

kultura/cywilizacja ; kultura masowa/popularna; nowoczesna/ponowoczesna

- podstawowe zdobycze kultury nowoczesnej (technika, filozofia, sztuki piękne, literatura, architektura)

-Od kultury producentów do kultury konsumentów. (Bauman). Ponowoczesne ładotwórstwo. Brud i obcy jako element niepożądany i zagrożenie.

- Jak technopol zmienia kulturę? (Freud, Postman, Baudrillard)

Cyber contra real . Cywilizacja w technopułapce (A. Zybertowicz)

- konsumpcjonizm i społeczeństwo konsumpcyjne, konsumeryzm
fordyzm/taylorizm, Mcdonaldyzacja (Ritzer), disneyizacja (Bryman)
szkoła frankfurcka i krytyka przemysłu kulturowego.

-Bauhaus. Od Bauhausu do Ikea

-Ciało, konstruowanie, przeobrażanie, uprzedmiotowienie.

-

- teorie i kultura queer

-estetyka kampu (S. Sontag)

- człowiek ponowoczesny w poszukiwaniu tożsamości

- ponowoczesne światozerstwo. Figura włóczęgi/turysty/człowieka z baraku jako metafora człowieka ponowoczesnego (Bauman, Mac Cannel, Marcel Veblen)

- kultura nadmiaru i jak się w niej odnaleźć (Szlendak)

- antykonsumpcjonizm. freeganizm, frugalizm,

- Być eko, być wege, być free
ekomarketing, zieloni/szarozieloni

- ubiór jako narzędzie konstruowania i komunikowania tożsamości

- kultura queer

-estetyka kampu (S. Sontag)

-

Literatura:

USOSweb: Szczegóły przedmiotu: 2401-D-S1-3-WNKW, w cyklu: <brak>, jednostka dawcy: <brak>, grupa przedm.: <brak>

A. Kaliszewski, Główne nurty w kulturze XX i XXI wieku. Podręcznik dla studentów dziennikarstwa i komunikacji społecznej, Warszawa 2012
A. Kunce, Tożsamość i postmodernizm, Warszawa 2003
N. Postman, Technopol. Triumf techniki nad kulturą, Warszawa 2004
G. Ritzer, McDonaldyzacja społeczeństwa, Warszawa 1999
B. R. Barber, Skonsumowani. Jak rynek psuje dzieci, infantylizuje dorosłych i połyka obywateli, Warszawa 2008, 2009M. Halawa, P. Wróbel, Bauman o popkulturze. Wypisy, Warszawa 2008

Metody i kryteria oceniania:

Egzamin pisemny. W formie opisowej będzie należało wyjaśnić wprowadzone podczas wykładów pojęcia lub krótko (ale treściwie!) scharakteryzować zjawisko kulturowe lub teorię odnoszącą się do poszczególnych zjawisk w kulturze współczesnej. Aby uzyskać ocenę pozytywną należy sensownie odpowiedzieć na więcej niż połowę zadanych pytań. Ocena będzie arbitralna, stosowna do przedstawionych na piśmie odpowiedzi i nie będzie podlegała negocjacji ex post. Przewiduje się dwa możliwe terminy egzaminu. Pierwszy - na końcu semestru oraz drugi - w sesji poprawkowej. Na prośbę studentów możliwy jest egzamin w terminie O przed rozpoczęciem sesji egzaminacyjnej, ale wówczas traktowany jest on jak egzamin w terminie pierwszym.

Całkowity nakład pracy studenta

Nakład pracy studenta równa się temu,
- który przewidziany jest na wysłuchanie wykładów (zależny od tego, czy ktoś decyduje się uczestniczyć w wykładach czy nie)
- który przeznaczony jest na zalecaną lekturę (zależny od szybkości czytania ze zrozumieniem)
- który przeznaczony jest na przeczytanie notatek z wykładu i notatek sporządzonych na podstawie lektur celem przygotowania się do egzaminu

W sumie całkowity nakład pracy studenta szacowany jest na 100-120 godzin.
Uczestnictwo w wykładach i ewentualne konsultacje - 2 ECTS to jest 60 h
Przygotowanie się do egzaminu (czytanie zaleconych lektur i notatek - 2 ECTS to jest 60h

Efekty uczenia się - wiedza

Student uzyskuje wiedzę o o głównych nurtach i kierunkach myślowych kształtujących kulturę nowoczesną i ponowoczesną. Rozumie na czym polega i czym skutkuje przejście od kultury tradycyjnej do ponowoczesnej. Zna główne nurty i trendy w kulturze postmodernistycznej . Efekty oznaczone kodem K_W04

Efekty uczenia się - umiejętności

Potrafi krytycznie patrzeć na otaczającą go rzeczywistość kulturową. Potrafi spożytkować wiedzę o kulturze popularnej i charakterystycznych w niej zjawiskach w rozwoju osobistym i pracy z wykorzystaniem mediów.
Potrafi wypowiadać się o kulturze współczesnej używając pojęć stosowanych na gruncie teorii kultury. Potrafi wskazać przyczyny i skutki przemian w kulturze współczesnej i krytycznie się do nich odnosić. Efekty oznaczone kodem K_U04

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

Analizując zjawiska w kulturze współczesnej pogłębia ich rozumienie. Dotyczy to, między innymi, relacji interpersonalnych. Wiedząc, że stan tych relacji reguluje szereg czynników i rozumiejąc mechanikę ich sprzężonego działania, może bardziej świadomie je układać. Doskonali i uzupełnia nabytą wiedzę i umiejętności. Formułuje własne poglądy polityczne i społeczne oraz dokonuje świadomych wyborów. Jest świadom konieczności poszerzania wiedzy z zakresu nauk społecznych do wykonywania zawodu dziennikarza. Efekty oznaczone kodem K_K01

Metody dydaktyczne

Wykład problemowy z prezentacją.
Po każdym wykładzie odpowiadam na pytania i zachęcam do dyskusji. Jeśli ta dyskusja się wywiązuje (co zależy od stopnia zainteresowania słuchaczy wykładem) zajmuje ona nie więcej niż 10 ostatnich minut wykładu. Egzamin pisemny, trzy pytania problemowe za maksymalnie 5 pkt na które należy odpowiedzieć zwięźle i wyczerpująco przynajmniej w 60 proc.

Metody dydaktyczne eksponujące

- pokaz

Metody dydaktyczne w kształceniu online

- metody rozwijające refleksyjne myślenie
- metody wymiany i dyskusji

Metody dydaktyczne podające

- wykład informacyjny (konwencjonalny)
- wykład konwersatoryjny
- wykład problemowy

Metody dydaktyczne poszukujące

- klasyczna metoda problemowa
- obserwacji

Rodzaj przedmiotu

przedmiot obligatoryjny

Wymagania wstępne

- 1) Zainteresowanie zjawiskami zachodzącymi w sferze kultury, umiejętność krytycznego oglądu tych zjawisk i poddawania ich twórczej refleksji.
- 2) Jeśli ktoś nie spełnia wymagań w punkcie 1, może nie uczestniczyć w wykładzie. Innymi słowy oznacza to, że obecność na wykładzie nie jest obowiązkowa i nie istnieje żadna lista, na której należałoby udokumentować swoje przybycie lub nieprzybycie. Egzamin jednak jest obowiązkowy dla wszystkich.
- 3) Zaleca się wyłączenie telefonów komórkowych
- 4) komputery mogą być używane wyłącznie w charakterze notatnika.
- 6) Pytania w trakcie wykładu i po nim należy zadawać celnie i do rzeczy.

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 III rok s1 (2401-D-s1-3)	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	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Fotografia reklamowa i korporacyjna (2401-D-S1-3-BPR-FR)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Advertising and Corporate Photography**

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 pogłębienie zdobytej podstawowej wiedzy z zakresu fotografii. Celem warsztatów jest przekazanie studentom umiejętności z zakresu fotografii studyjnej oraz zaawansowanego retuszu.

Opis:

Warsztaty obejmują zagadnienia:

1. Metody oświetlenia z wykorzystaniem jednego, sztucznego źródła światła
2. Rodzaje modyfikatorów światła
3. Obróbka zdjęć:
 - a) korekta kolorystyczna, ekspozycji
 - b) retusz skóry
 - c) praca na warstwach (krzywe, poziomy itp) i maskach
 - d) Metody oświetlania z wykorzystaniem światła głównego i wypełniającego
 - e) Metody oświetlania z wykorzystaniem światła głównego i oświetlania tła oraz wypełniania i kontrowania

Literatura:

n/d

Metody i kryteria oceniania:

Aktywne uczestnictwo w zajęciach,

Realizacja zleconych tematów,

Realizacja retuszu,

Końcowe zaliczenie na którym studenci zastosują jedną z poznanych metod retuszu zdjęć.

Całkowity nakład pracy studenta

30 godzin - uczestnictwo w zajęciach

Efekty uczenia się - wiedza

Poznanie podstawowych metod pracy w studiu fotograficznym, poznanie trzech metod oświetlenia postaci, modelowania światła oraz kompozycji. Poznanie trzech metod profesjonalnego retuszu fotografii za pomocą programu Adobe Photoshop.

Efekty uczenia się - umiejętności

- realizacja projektów zdjęciowych
- opanowanie sztuki oświetlania z jedną lampą, dwoma i wieloma źródłami światła
- zaawansowane metody obróbki zdjęć w programie graficznym

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

- praca w zespole
- praca pod presją czasu
- dyscyplina związana z tworzeniem projektów i ich realizacją
- umiejętność budowania relacji z modelem w warunkach studyjnych

Metody dydaktyczne

Zajęcia podzielone są na części. Prezentacja zagadnień teoretycznych przez prowadzącego, następnie praca nad pomysłami do realizacji w studio. Realizacja zdjęć i omówienie gotowych prac oraz przygotowanie ich do obróbki graficznej. Wreszcie obróbka i krytyka prac.

Metody dydaktyczne podające

- opis
- wykład problemowy

Metody dydaktyczne poszukujące

- ćwiczeniowa
- doświadczeń
- giełda pomysłów
- laboratoryjna

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Wszystkie przedmioty z oferty uniwersytetu (bez WF) (0000-ALL)	2014/15	
Przedmioty specjalizacyjne - dziennikarstwo - I st. - 3 rok - stacjonarne (2051-DZ-S1-3-SPEC)	2014/15	2018/19
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2015/16	2015/16

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
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 III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2014/15	2020/21
European Credit Transfer System (ECTS)	3	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Marketing terytorialny (2401-D-S1-3-BPR-MT)

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: Territorial Marketing

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:

Tematyczne ujęcie treści:

1. Wprowadzenie
2. Prawne i teoretyczne uwarunkowania marketingu terytorialnego
3. Strategia promocji miasta lub regionu (zasady projektowania)
4. Analiza sytuacji wyjściowej
5. Cele (kierunki) i grupy docelowe strategii promocji
6. Pozycjonowanie strategii marketingowej
7. Budżet w marketingu terytorialnym
8. Reklama w MT
9. Event marketing
10. Social media w promocji miejsca
11. City placement
12. Sport jako narzędzie promocji miejsca
13. Inicjatywy społeczne na rzecz rozwoju regionów

Opis:

1. Wprowadzenie

- omówienie zasad kursu (szczegóły dotyczące przygotowania projektu; literatura przedmiotu, case studies; aktywność, obecność etc.)

Zadania projekt:

Podział na grupy 4-5 osób

2. Prawne i teoretyczne uwarunkowania marketingu terytorialnego (marketing, branding, promocja, wizerunek, tożsamość etc.)

Teksty obligatoryjne:

Szromik, PR w Administracji (7-47)1. Wprowadzenie

- omówienie zasad kursu (szczegóły dotyczące przygotowania projektu; literatura przedmiotu, case studies; aktywność, obecność etc.)

Zadania projekt:

Podział na grupy

2. Prawne i teoretyczne uwarunkowania marketingu terytorialnego (marketing, branding, promocja, wizerunek, tożsamość etc.)

Teksty obligatoryjne:

Glińska, Florek, Kowalewska 2009: 9-47

Florek, Augutyn 2011: 7-34

Sztuk, A. (2025). Key Research Areas in Territorial Marketing from 2020 to 2025. Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu, 69(1).

Zadania Projekt:

Wybór przedmiotu strategii

3. „PR begins at home” - o komunikacji wewnątrz urzędu

Ciarczyńska A, PR w służbie samorządów, Kreowanie wizerunku miast, (w:) (Red.) A. Grzegorzczak, A. Kochaniec, Wyższa Szkoła Promocji, Warszawa 2011

Serafin, K., Skuteczna komunikacja w podmiotach administracji publicznej

4. Strategia promocji miasta lub regionu (zasady projektowania) (definicja strategii, błędy w konstruowaniu strategii, podejścia co do projektowania strategii, cechy zespołu, SMART+ER,)

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augutyn 2011: 7-34

Zadania Projekt:

Przygotowanie harmonogramu prac nad strategią produktu terytorialnego

Zebranie informacji do analizy sytuacji wyjściowej

5. Analiza sytuacji wyjściowej (analiza źródeł wewnętrznych i zewnętrznych; kategorie zasobów, analiza SWOT, analiza PEST)

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augutyn 2011: 57-109

Glińska, Florek, Kowalewska 2009: 48-64

Projekt:

Analiza sytuacji wyjściowej wybranego produktu terytorialnego

6. Cele (kierunki) i grupy docelowe strategii promocji (SMART+ER, cele strategiczne, cele taktyczne, priorytyzacja celów, parametry oceny wykonalności celów)

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augutyn 2011: 117-168

Glińska, Florek, Kowalewska 2009: 87-102

Zadanie projekt:

Sprecyzowaniu celów strategicznych i operacyjnych oraz wybór grup docelowych

7. Pozycjonowanie strategii marketingowej (rodzaje badań rynkowych, skalowanie jednowymiarowe, skalowanie wielowymiarowe, emocje, portrety psychograficzne konsumentów, priorytyzacja, targeting, mikrotargetowanie)

Szromik 2016: 274 – 312

Zadanie projekt:

Pozycjonowanie promowanego produktu na tle konkurencyjnych

8. Budżet - podejścia w konstruowaniu strategii finansowej projektu

Florek, Augustyn 2011: 209 – 232

Brańka (w:) Szromik red., (2015: 56-75

Zadanie projekt:

Sprecyzowanie budżetu i harmonogramu działań promocyjnych

9. Marketing relacji

Oleksy-Gębczyk Aneta, Niemczyk Agata, (2020), Wykorzystywanie instrumentów marketingu relacji w jednostkach samorządu terytorialnego, Warszawa: C.H. Beck, s. 39-60.

10. Event marketing
klasyfikacja eventów (megawydarzenia, wydarzenia specjalne, wydarzenia lokalne itd.), analizy przypadków

Zadanie projekt:

Plan działań komunikacyjnych (kontynuacja)

11. Social media w promocji miejsca
algorytmy, mikrotargetowanie, strategie komunikacyjne w SM

Tekst obligatoryjny:

Manczak (w:) Szromik red. 2015: 76-99

Zadanie projekt:

Analiza sytuacji i plan modyfikacji promocji działań jednostek samorządu terytorialnego w social media

12. City placement
- płaszczyzny SP, zalety i wady, SettJetting, determinanty skuteczności CP, hierarchia mierników)

Test obligatoryjny:

Szromik red. 2015: 100-158

Zadanie projekt:

Optymalizacja narzędzi promocji i projekt materiałów promocyjnych cd.

13. Sport jako narzędzie promocji miast i regionów
- wydarzenia, sponsoring personalny, sponsoring projektowy, wizerunek klubów/sportowca a wizerunek miasta, wady i zalety, promocja państwa poprzez sport

Tekst obligatoryjny:

Szromik 2016: 393-406

Zadanie projekt:

Optymalizacja narzędzi promocji i projekt materiałów promocyjnych cd.

14. Kontrola i ewaluacja
funkcje kontroli, zespół ds. monitoringu, cele ewaluacji, kryteria ewaluacji, wskaźniki długoterminowe i krótkoterminowe, kwestia mierzalności

Tekst obligatoryjny:

Florek, Augustyn

15. Prezentacja projektów

Zadania Projekt:

Wybór przedmiotu strategii

3. Strategia promocji miasta lub regionu (zasady projektowania)

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augutyn 2011: 7-34

Zadania Projekt:

Przygotowanie harmonogramu prac nad strategią produktu terytorialnego

Zebranie informacji do analizy sytuacji wyjściowej

4. Analiza sytuacji wyjściowej

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augutyn 2011: 57-109

Glińska, Florek, Kowalewska 2009: 48-64

Projekt:

Analiza sytuacji wyjściowej wybranego produktu terytorialnego

5. Cele (kierunki) i grupy docelowe strategii promocji

Teksty obligatoryjne:

Florek, Augustyn 2011: 117-168

Glińska, Florek, Kowalewska 2009: 87-102

Zadanie projekt:

Sprecyzowaniu celów strategicznych i operacyjnych oraz wybór grup docelowych

6. Pozycjonowanie strategii marketingowej

Szromik 2016: 274 – 312

Zadanie projekt:

Pozycjonowanie promowanego produktu na tle konkurencyjnych

7. Budżet

Florek, Augustyn 2011: 209 – 232

Brańka (w:) Szromik red., (2015: 56-75

Zadanie projekt:

Sprecyzowanie budżetu i harmonogramu działań promocyjnych

8. Reklama w MT

Tekst obligatoryjny:

Florek, Augustyn 2011: 169-208

Zadanie projekt:

Plan działań komunikacyjnych

9. Event marketing

Zadanie projekt:

Plan działań komunikacyjnych (kontynuacja)

10. Social media w promocji miejsca

Tekst obligatoryjny:

Manczak (w:) Szromik red. 2015: 76-99

Zadanie projekt:

Analiza sytuacji i plan modyfikacji promocji działań jednostek samorządu terytorialnego w social media

11. City placement

Test obligatoryjny:

Szromik red. 2015: 100-158

Zadanie projekt:

Optymalizacja narzędzi promocji i projekt materiałów promocyjnych cd.

12. Sport jako narzędzie promocji miast i regionów

Tekst obligatoryjny:

Szromik 2016: 393-406

Zadanie projekt:

Optimalizacja narzędzi promocji i projekt materiałów promocyjnych cd.

13. Inicjatywy społeczne na rzecz rozwoju regionów

Tekst obligatoryjny:

Duda red.2010: 187 - 222

14. Monitoring i ewaluacja strategii promocji miasta i regionu

Tekst obligatoryjny:

Florek, Augustyn 2016: 233-260

Glińska, Florek, Kowalewska 2009, s. 48-64

Zadania:

opracowanie metod i technik ewaluacji strategii

15. Prezentacja projektów

Literatura:

MATERIAŁY DO ZAJĘĆ:

Link: <https://moodle.umk.pl/course/view.php?id=4278>

Hasło: Destynacja

Dziekański Paweł, (2015), Start do marketingu terytorialnego, Kielce: Wyd. UJK.

Domański Tomasz, (2014), Marketing miasta akademickiego. Rola uczelni wyższych w promocji Łodzi, Łódź: Wyd. UŁ

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

Glińska Ewa, (2016), Budowanie marki miasta. Koncepcje, warunki, modele, Warszawa: Wolter Kluwer.

Glińska Ewa, Florek Magdalena, Kowalewska Anna, (2009), Wizerunek miasta. Od koncepcji do wdrożenia, Warszawa: Wolter Kluwers.

Florek Magdalena, (2007), Podstawy marketingu terytorialnego, Poznań: Wyd. AE.

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

Kuć-Czajkowska Katarzyna, Muszyńska Katarzyna, (2016), Marketing jednostek terytorialnych. Przykłady z Polski, Lublin: Wyd. UMCS.

Oleksy-Gębczyk Aneta, Niemczyk Agata, (2020), Wykorzystanie instrumentów marketingu relacji w jednostkach samorządu terytorialnego, Warszawa: CH Beck.

Romanowski Robert, Palicki Sławomir, (2019), Marketing terytorialny: innowacje społeczne: Poznań: Wyd. UE.

Szromik Andrzej, (2016), Marketing terytorialny, Warszawa: Wolter Kluwer.

Szromik Andrzej red., (2015), Marketing terytorialny: nowe obszary i narzędzia, Kraków-Legionowo: Edu-Libri

Tworzydło Dariusz, Soliński Tomasz, (2005) Public Relations w jednostkach samorządu terytorialnego, Kraśnik: Urząd Miasta.

Witek Jolanta, (2011), Kreowanie marki regionu, Wałcz: PSZ.

Marketing przyszłości. Trendy, strategie, instrumenty, „Zeszyty Naukowe” nr 35/824, Szczecin: Wyd. USZ.

Strony internetowe:

Europejski Instytut Marketingu Miejsc, <http://bestplaceinstytut.org/pl/blog/>

PRoto: proto.pl

Marketing 101 - <https://www.marketing101.pl/marketing-miejsc>

Metody i kryteria oceniania:

System punktowy:

1. Aktywność: 0 – 45 punktów (0 – 3 punktów na zajęcia)

2. Realizacja projektu zespołowego 0 – 45 punktów

3. Nieobecności - dopuszczalne dwie nieobecności w semestrze, każda następna będzie skutkować odjęciem 3 punktów

Suma punktów:

<=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

Łącznie 4 pkt. ECTS (90 h)

1. Godziny realizowane z udziałem nauczycieli (2,4 ECTS):

a. Zajęcia dydaktyczne: 30 h

b. Czas wymagany na przeprowadzenie konsultacji bezpośrednich, online 25h

c. Omówienie prac zaliczeniowych 5h

2. Indywidualna praca studenta 1,6 ECTS

a. Zapoznanie się z instrukcjami programów wykorzystywanych na zajęciach: 1 h.

b. Czas wymagany na zapoznanie się studenta/studentki z obowiązkową literaturą przedmiotu - 30 h

c. Czas wymagany na przygotowanie projektu - 17 h

-----Łącznie: 120h (72+48)

Efekty uczenia się - wiedza

K_W02

W zaawansowanym stopniu posiada 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.

Student/ka zna i rozumie istotę marketingu terytorialnego i zna jego narzędzia oraz zasady ich stosowania

Efekty uczenia się - umiejętności

K_U02

Wykorzystuje posiadaną wiedzę przez dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi badawczych, a także zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych.

K_U06

Planuje i organizuje pracę indywidualną oraz w zespole badawczym, projektowym, redakcyjnym.

Student/ka potrafi zorganizować działania marketingowe w jednostce terytorialnej

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K_K03

Jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, np. brania udziału w pracach stowarzyszeń branżowych.

K_K05

Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.

potrafi wykorzystać instrumenty marketingu terytorialnego w stymulowaniu rozwoju lokalnego i regionalnego

Metody dydaktyczne
Metody dydaktyczne eksponujące: - pokaz
Metody dydaktyczne podające: - opis - opowiadanie - pogadanka - tekst programowany
Metody dydaktyczne poszukujące: - projektu - studium przypadku
Metody dydaktyczne w kształceniu online: - metody odnoszące się do autentycznych lub fikcyjnych sytuacji

Metody dydaktyczne eksponujące
- pokaz

Metody dydaktyczne podające
- opis - opowiadanie - pogadanka - tekst programowany

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

Wymagania wstępne
Materiały udostępniane na platformie Moodle UMK: hasło Destynacja
Link do kursu https://moodle.umk.pl/course/view.php?id=4278&ifyseditingon=1

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 III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Public affairs (2401-D-S1-3-BPR-PA)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Public affairs**

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:

Zajęcie te umożliwią rozpoznanie roli profesjonalnego Public Affairs oraz lobbingu na poszczególnych stopniach decyzyjnych - lokalnym, regionalnym, krajowym i ponadnarodowym. Wskazane zostaną formy Public Affairs, metody oraz pozytywne i negatywne przykłady. Wskazane zostaną kluczowe ustawy i akty prawne regulujące omawiane kwestie.

Opis:

Zajęcie te dotyczą kreowania Public Affairs jako profesjonalnych możliwości wywierania wpływu na otoczenie. Poznanie zjawiska na poszczególnych stopniach decyzyjnych - lokalnym, regionalnym, krajowym i ponadnarodowym gwarantuje umiejętność funkcjonowania na każdym szczeblu decyzyjnym. Wskazane zostaną również formy lobbingu, metody realizacji strategii oraz pozytywne i negatywne przykłady działań. Wskazane zostaną kluczowe ustawy i akty prawne regulujące omawiane kwestie.

Metody i kryteria oceniania:

Kolokwium – K_W01, K_W02, K_U01

Projekt zaliczeniowy – K_U02, K_U03

Aktywność – K_K01 - Prezentacje; aktywność jako metoda weryfikacji osiągnięcia efektów kształcenia w ramach zajęć.

Sposób oceny zgodnie z obowiązującą punktacją końcowa:

60%-64% - 3,0 (trzy)

65%-74% - 3,5 (trzy i pół)

75%-84% - 4,0 (cztery)

85%-94% - 4,5 (cztery i pół)

Całkowity nakład pracy studenta

- 60 godzin realizowanych z udziałem nauczyciela; uczestnictwo w zajęciach + konsultacje
- 20 godzin poświęcony na pracę indywidualną studenta, zebranie i wybór odpowiednich materiałów do zajęć, czytanie literatury;
- 20 godzin to czas wymagany do przygotowania się i do uczestnictwa w procesie zaliczenia kolokwium.

Efekty uczenia się - wiedza

W1: Ma poszerzoną wiedzę na temat warsztatu pracy w zakresie wybranej specjalności. - K_W01 - Student ma wiedzę dotyczącą istoty funkcjonowania Public Affairs w społeczeństwie obywatelskim, jego różnych form i metod oddziaływania na otoczenie. K_W02 - Student ma wiedzę dotyczącą specyfiki pracy z mediami, sposobów i metod nawiązania i podtrzymania kontaktu oraz technik dotyczących możliwości wywarcia wpływu na publikowane treści

Efekty uczenia się - umiejętności

U1: Potrafi ocenić przydatność i możliwość wykorzystania nowoczesnych technologii informacyjnych w zakresie dziennikarstwa - K_U01- student potrafi rozróżnić mechanizmy pozytywnego, etycznego i legalnego działania w sferze Public Affairs. – K_U02 – Student posiada umiejętność przygotowania prostej strategii lobbingowej mającej na celu reprezentowanie określonego interesu.- K_U03 – Student potrafi umiejętnie wykorzystać narzędzia Public Affairs w realizowanych działaniach wizerunkowych i strategiach rzecznictwa interesów.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K1: Nabywa kompetencji społecznych ułatwiających funkcjonowanie w specyficznym środowisku komunikacyjnym - K_K01- Student nabywa kompetencji do funkcjonowania w otoczeniu decyzyjnym organów/instytucji/urzędów.

Metody dydaktyczne

Obejmują ćwiczenia warsztatowe, omawianie, rozwiązywanie przypadków; dyskusje panelowe; metodę problemową

Metody dydaktyczne poszukujące

- ćwiczeniowa
- punktowana
- studium przypadku
- sytuacyjna

Wymagania wstępne

brak

Przynależność do grup przedmiotów w cyklach:

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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

Opis grupy przedmiotów	Cykl pocz.	Cykl kon.
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	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Start-up kreatywny (2401-D-S1-3-BPR-SK)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Creative start-up**

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 za zadanie przybliżyć studentom proces tworzenia, zarządzania i komunikowania startupów. Na kolejnych spotkaniach będą poruszane zagadnienia kluczowe dla zrozumienia procesów projektowania produktów/usług, analizy otoczenia biznesowego, tworzenia strategii rynkowych, przygotowania pitch decku.

Opis:

1. Design Thinking
2. Design Thinking
3. Persona - Grupa docelowa
4. Customer discovery
5. Segmentacja rynkowa (SOM-SAM-TAM)
6. Beachhead Strategy
7. DMU + DMP
8. DMU + DMP
9. BMC/LC
10. Strategia cenowa
11. LCV + COCA
12. LCV + COCA
13. Pitch Deck
14. Pitch Deck
15. Pitch Deck

Literatura:

Aulet, B. (2013). Disciplined Entrepreneurship. 24 steps to a successful startup. Wiley: Hoboken.

Aulet, B. (2017). Disciplined entrepreneurship: 24 steps to a successful startup - Workbook. Wiley: Hoboken.

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 startupu.

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

3 ECTS

1 - 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 tworzenia i zarządzania startupami - K_W06, K_W14, K_W19.

Efekty uczenia się - umiejętności

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

U2: Student posiada umiejętność prowadzenia analizy otoczenia biznesowego startupów - K_U04, K_U07.

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne

K1: Student jest przygotowany do pracy w zespole projektowym zarządzającym strategiami startupów - K_K03, K_K05.

Metody dydaktyczne
- klasyczna metoda problemowa - projektu - studium przypadku - opis
Metody dydaktyczne w kształceniu online
- metody oparte na współpracy - metody wymiany i dyskusji
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)	2021/22	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1- specjalności (2401-D-s1-3S)	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	2021/22	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **Dziennikarstwo a prawa człowieka (2401-D-S1-3-DaPC)**

Nazwa w języku polskim:

Nazwa w jęz. angielskim: **Journalism and human rights**

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://usosweb.umk.pl/kontroler.php?action=dla_prac/protokoly/edytuj&prot_id=396866&filtr=A

Skrócony opis:

W centrum zainteresowania znajdują się historyczne okoliczności rozwoju praw człowieka, ich związki z kulturą polityczną różnych części świata, a także relacje zaakcentowane w samej nazwie kursu. W tym kontekście pojawi się kwestia zjawiska określanego mianem "dziennikarstwo praw człowieka".

Opis:

1. Pojęcie praw człowieka.
2. Prawa człowieka: terminologia.
3. Rozwój idei praw człowieka na świecie.
4. Najważniejsze międzynarodowe dokumenty praw człowieka.
5. Historyczne przesłanki rozwoju relacji pomiędzy prawami człowieka a dziennikarstwem.
6. Dziennikarze wobec idei praw człowieka w koloniach brytyjskich Ameryki Północnej.
7. Rozwój praw człowieka a dziennikarstwo w Europie.
8. Dziennikarstwo, polityka, prawa człowieka.
9. Postulat dziennikarskiego obiektywizmu a prawa człowieka.
10. Media globalne a idea praw człowieka.
11. Dziennikarstwo, stosunki międzynarodowe, prawa człowieka.
12. Media wobec drastycznych naruszeń praw człowieka.
13. Filmy dokumentalne na temat praw człowieka.
14. Studium przypadku: Kony 2012.
15. Perspektywy rozwoju dziennikarstwa praw człowieka.

Literatura:

Marek Nowicki, Co to są prawa człowieka, https://archiwum.hfhr.pl/wp-content/uploads/2016/02/Marek-Nowicki_co-to-sa-prawa-czlowieka.pdf;

Łukasz Zalesiński, Pułapki aktywizmu, w: dwumiesięcznik "Press", 01-02, 2025, s. 80-83.

Orzecznictwo Europejskiego Trybunału Praw Człowieka, zwłaszcza to dotyczące wolności słowa i wolności mediów.

Metody i kryteria oceniania:

Trzy kryteria oceny:

1. Ustne kolokwium: 50%
2. Prezentacje: 30%
3. Aktywność podczas zajęć: 20%

Praktyki zawodowe:

Nie dotyczy.

Całkowity nakład pracy studenta

2 ECTS (55 godzin) - bezpośredni kontakt z wykładowcą (zajęcia, konsultacje na dyżurach, komunikacja mailowa);
1 ECTS: 25 godzin: przygotowanie się do zajęć (przeczytanie tekstów, lektura dokumentów prawnych dotyczących praw człowieka;
0,5 ECTS (15 godzin): przygotowanie prezentacji;
0,5 ECTS (15 godzin): przygotowanie do ustnego kolokwium.
Suma: 4 ECTS: 110 godzin

Efekty uczenia się - wiedza

K__W01: Po ukończeniu kursu uczestnicy powinni posiadać podstawową wiedzę o filozofii i historii praw człowieka.

K__W05: Zakłada się, że potrafią oni także określić związki pomiędzy tymi prawami a dziennikarstwem.

Efekty uczenia się - umiejętności

K__U01: Studenci biorący udział w zajęciach powinni posiadać umiejętność analizy problemów społecznych z punktu widzenia praw człowieka. Dotyczy to także diagnozowania, czy w konkretnych sytuacjach miało miejsce naruszenie tych praw.

K__U04: Studenci przewidują, jakich decyzji można się spodziewać za naruszenie określonych praw człowieka;

Efekty uczenia się - kompetencje społeczne
Rozwinięcie u słuchaczy świadomości wagi koncepcji praw człowieka we współczesnym świecie to podstawa celów przedstawionych wyżej. W centrum znajdują się w związku z tym takie dokumenty międzynarodowe, jak Powszechna Deklaracja Praw Człowieka z 1948 roku, Międzynarodowy Pakt Praw Obywatelskich i Politycznych oraz Europejska Konwencja Praw Człowieka.
K_K01: Uczestnik kursu jest przygotowany do właściwej interpretacji konkretnych decyzji związanych z naruszeniem praw człowieka.
Metody dydaktyczne
Wśród wspomnianych metod znajdują się elementy wykładu - ważne zwłaszcza na początku kursu -- a także metody aktywizujące. Studenci będą także mieli możliwość wystąpienia z prezentacją na temat związany z treścią zajęć.
Metody dydaktyczne eksponujące
- inscenizacja
Metody dydaktyczne podające
- wykład informacyjny (konwencjonalny)
- wykład konwersatoryjny
Metody dydaktyczne poszukujące
- studium przypadku
Rodzaj przedmiotu
przedmiot obligatoryjny
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)	2021/22	
Przedmioty z polskim językiem wykładowym (0000-POL)	2021/22	2021/22
Dziennikarstwo i komunikacja społeczna III rok s1 (2401-D-s1-3)	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	2021/22
European Credit Transfer System (ECTS)	4	2022/23	