

KARTA KURSU (realizowanego w module specjalności)

MULTIMEDIA I TECHNOLOGIE INTERNETOWE

Nazwa	Metody współczesnej komunikacji
Nazwa w j. ang.	The methods of modern communication and presentation graphics

Koordinator	dr Agnieszka Walecka-Rynduch	Zespół dydaktyczny
Punktacja ECTS*	st. stacjonarne: 3 st. niestacjonarne:3	dr Agnieszka Walecka-Rynduch

Opis kursu (cele kształcenia)

Celem kursu jest przygotowanie studentów w zakresie praktycznych umiejętności w obszarze komunikacji, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji marketingowej, medialnej oraz komunikowania politycznego i publicznego. Założeniem kursu jest skoncentrowanie się na praktycznych ćwiczeniach, podczas których studenci będą pracować indywidualnie i w zespołach zadaniowych rozwijając umiejętności efektywnej komunikacji.
Kurs prowadzony jest w języku polskim.

Warunki wstępne

Wiedza	Znajomość technologii WWW oraz zasad tworzenia prezentacji multimedialnych.
Umiejętności	Umiejętność tworzenia prezentacji multimedialnych.
Kursy	Wstępne kursy nie są wymagane.

Efekty uczenia się

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
Wiedza	Po zakończeniu kursu student: W01: ma wiedzę na temat narzędzi komunikowania (znaki, kody, języki, media, kompetencja komunikacyjna), komunikowania jako interakcji (ze szczególnym uwzględnieniem roli interakcji jako dyskursu).	S2_W06
	W02: rozumie rolę komunikowania i mediów masowych w systemie społecznym, demokratycznym systemie politycznym i gospodarce rynkowej, oddziaływaniem mediów oraz istotę społeczeństwa informacyjnego i zagadnienia związane z nowymi mediami.	S2_W06
	W03: posiada wiedzę z zakresu komunikacji marketingowej, komunikowania politycznego, komunikacji medialnej (ze szczególnym uwzględnieniem media relations i public relations).	S2_W06
	W04: zna definicje i typologie teoretyczne osadzone w kontekście praktycznym oraz omawiane w ramach licznych studiów przypadków.	S2_W06

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
Umiejętności	Po zakończeniu kursu student:	
	U01: stosuje w praktyce wiedzę i narzędzia do interdyscyplinarnej analizy praktyki komunikacyjnej w jej różnych aspektach.	S2_U06
	U02: wykonuje zadania związane z konstruowaniem przekazu, komunikowaniem interpersonalnym (z uwzględnieniem małej grupy jako środowiska komunikacyjnego).	S2_U06
	U03: poddaje krytycznej analizie i interpretacji działania komunikacyjne związane z komunikowaniem interpersonalnym, marketingowym, politycznym i medialnym.	S2_U06
	U04: projektuje i tworzy prezentacje oraz własne wystąpienia.	S2_U06
	U05: podejmuje decyzje i realizuje działania związane z kreowaniem wizerunku oraz tworzeniem i podtrzymywaniem relacji z otoczeniem.	S2_U06

	Efekt uczenia się dla kursu	Odniesienie do efektów dla specjalności (określonych w karcie programu studiów dla modułu specjalnościowego)
Kompetencje społeczne	Po zakończeniu kursu student:	
	K01: wykazuje umiejętność rozumienia i stosowania w praktyce zdobytej wiedzy przedmiotowej i jest przygotowany do podejmowania twórczego i kreatywnego działania, które znacząco poprawiają funkcjonowanie w relacjach interpersonalnych.	S2_K02, S2_K04
	K02: korzysta z technik kształcenia zdalnego do zdobywania wiedzy do uzupełniania wiedzy i jej aktualizowania.	S2_K01
	K03: współpracuje w zespole, przyjmując w nim różne role.	S2_K03

Studia stacjonarne

		Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	30											

Studia niestacjonarne

		Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	20											

Opis metod prowadzenia zajęć

Kurs składa się z zajęć praktycznych, podczas których studenci będą pracować indywidualnie i zespołowo (projekt) oraz brać czynny udział w dyskusjach poprzedzonych pokazem z objaśnieniami, w formie prezentacji multimedialnych oraz filmów poglądowych).

Do zajęć studenci będą zobowiązani przygotować się na zajęciach e-learningowych na platformie Moodle Katedry (w szczególności zapoznać się z zamieszczonymi tam materiałami dydaktycznymi) oraz wyszukiwać w dowolnej formie (np. filmy, prezentacje, artykuły prasowe, własne doświadczenia itp.) przykłady z polskiej praktyki niezbędne do analizy poszczególnych zagadnień komunikacyjnych.

Każde zajęcia będą się kończyć ocenami cząstkowymi, na które składać się będą: przygotowanie do pracy, umiejętność przekazania wiedzy oraz analizowania problemu oraz udział w dyskusji.

Formy sprawdzania efektów uczenia się

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01							X	X					
W02							X	X					
W03							X	X					
W04							X	X					
U01							X	X					
U02							X	X					
U03							X	X					
U04							X						
U05							X						
K01							X	X					
K02							X	X					
K03							X	X					

Kryteria oceny

Ocenę dobrą lub bardzo dobrą uzyskać może student, który:

- otrzymał bardzo dobre lub dobre oceny cząstkowe – z przygotowywanych na zajęcia projektów.
- brał czynny udział w dyskusji podczas zajęć; w czasie a to przewidzianym – podsumowanie wykładu
- wykazał się umiejętnością analizowania, wyciągania wniosków oraz oceniania zjawisk zachodzących w życiu społecznym i politycznym w aspekcie procesu komunikowania;
- przygotował samodzielnie innowacyjną prezentację multimedialną kończącą zajęcia oraz przedstawił ją z zachowaniem zasad autoprezentacji.

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Komunikacja - wprowadzenie
2. Modele komunikacyjne. Formy komunikowania. Komunikowanie werbalne i niewerbalne. Sztuka autoprezentacji, budowanie wizerunku w sytuacjach oficjalnych.
3. System komunikowania społecznego. Komunikowanie w organizacji. Zarządzanie, motywowanie, coaching.
4. Komunikowanie publiczne i polityczne. Nowe metody komunikowania memy i virale. PROJEKT GRUPOWY – najpopularniejsze memy i virale w przestrzeni internetu w ostatnim roku.
5. Komunikacja perswazyjna na przykładzie reklamy społecznej
6. PROJEKT GRUPOWY – analiza reklam społecznych, jako przykład komunikowania perswazyjnego
7. Komunikowanie marketingowe. Miejsce analizy SWOT w komunikacji marketingowej. Komunikowanie wizualne w przekazie reklamowym. Rola stereotypów w komunikowaniu marketingowym
8. PROJEKT GRUPOWY - Shockvertising - konieczność czy moda? Nowe drogi komunikowania
9. Komunikowanie jako funkcja public relations. Komunikowanie wewnętrzne i zewnętrzne w organizacjach. Nowe media a komunikowanie organizacji na zewnątrz. Analiza kanałów komunikacji przedsiębiorstw i ich wpływ na funkcjonowanie organizacji
10. Komunikowanie w organizacji w sytuacji kryzysowej. Analiza wybranych przykładów
11. Komunikacja a manipulacja i propaganda. Manipulacja a inne działania mające na celu sterowanie ludźmi. Język jako narzędzie manipulacji. Proces komunikowania jako akt perswazji. Treści i formy manipulacyjnych zabiegów stosowanych przez mass media. Komunikowanie polityczne, kłamstwo jako funkcja kreowania wizerunku politycznego.
12. Kreowanie wizerunku w polityce. Rola Komunikacji wizerunkowej w kampaniach politycznych. Manipulowanie wizerunkiem.
13. PROJEKT GRUPOWY – Komunikowanie wizualne - kreowanie wizerunku na przykładzie kampanii wyborczej.
14. Sztuka autoprezentacji. Zachowania w sytuacjach oficjalnych.
15. Nowe metody komunikowania. Wykorzystanie nowych mediów. PROJEKT GRUPOWY

SPOSÓB PRZYGOTOWANIA PREZENTACJI GRUPOWYCH i ZALICZENIOWEGO PROJEKTU GRUPOWEGO

Każda PRZEZENTACJA GRUPOWA, prezentowana podczas zajęć, powinna zostać przygotowana według następującego schematu:

1. Imię, nazwisko każdego z członków zespołu
2. Nazwa zajęć
3. Temat prezentacji
4. Data prezentacji
5. Treść prezentacji, analiza wybranego problemu badawczego
6. Bibliografia

Po każdym z zajęć jedna osoba z grupy (starosta grupy) zobowiązany jest do przekazania prowadzącemu, płyty CD ze zgranymi wszystkimi projektami grupowymi, prezentowanymi podczas zajęć.

Wykaz literatury podstawowej

1. B. Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, PWN, Warszawa 2006.
2. S. Michalczyk, *Komunikowanie polityczne*, Śląsk Katowice 2009.
3. R. Wiszniewski, B. Dobek-Ostrowska, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wprowadzenie*, Astrum, Wrocław 2001.
4. B. Dobek-Ostrowska, *Podstawy komunikowania społecznego*, Astrum, Wrocław 1999.

Wykaz literatury uzupełniającej

1. S. P. Morreale, B. H. Spitzberg, J. K. Barge, *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, PWN, Warszawa 2007.
2. J. Fiske, *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Astrum, Wrocław 1999.
3. E. Griffin, *Podstawy komunikacji społecznej*, GWP, Sopot 2003.
4. D. Mc Quail, *Teoria komunikowania masowego*, PWN, Warszawa 2007.

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) – studia stacjonarne

Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	30
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	10
Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	20
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	15
Ogółem bilans czasu pracy		75
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) – studia niestacjonarne

Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	20
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	10
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	20
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	20
Ogółem bilans czasu pracy		75
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		3