

3-w. 3-wr.		KARTA PRZEDMIOTU					
Nazwa przedmiotu/modułu:		Nauki o komunikowaniu					
Nazwa angielska:		Communication Studies					
Kierunek studiów:		Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego					
Poziom studiów:		Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie					
Profil studiów		Praktyczny					
Jednostka prowadząca:		Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej					
Prowadzący przedmiot:		dr Jerzy Widerski					
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
I	15			30		45	4
II Cel przedmiotu							
C1 – stosowanie teorii komunikacji w praktyce życia społecznego. C2 – poznanie specyfiki poszczególnych typów komunikowania. C3 – poznanie modeli procesu komunikowania i stosowanie ich w praktyce analitycznej C4 – poznanie różnic kulturowych i innych czynników zakłócających proces komunikowania C5 – opanowanie zasad odczytywania znaczenia przekazów werbalnych i niewerbalnych							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Podstawowa wiedza i umiejętności z zakresu komunikacji językowej.							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
EU 1 - Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania, takie jak: nadawca, odbiorca, kontekst, komunikat, tekst, znak, kod, bariery komunikacyjne itp. EU 2 - Student zna typy komunikowania EU 3 - Student zna i potrafi stosować podczas analizy podstawowe modele komunikowania. EU 4 - Student dostrzega różnice kulturowe i inne czynniki zakłócające proces komunikowania. EU 5 - Student umie odczytać znaczenie różnorodnych komunikatów (werbalnych i niewerbalnych).							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: wykład						Liczba godzin	
W. 1	Komunikacja i komunikowanie: definicje, podstawowe pojęcia, modele komunikacyjne.						2
W. 2	Istota perswazji – definicja, retoryka, mechanizmy perswazyjne.						2
W. 3	Psychologiczne aspekty perswazji. Elaboration Likelihood Moel						2

W. 4	Komunikacja wizualna	2
W. 5	Semiosfera kultury. Komunikacyjny wymiar filmu	2
W. 6	Komunikacja niewerbalna (język ciała).	2
W. 7	Komunikacyjna rola mediów	2
W. 8	Podsumowanie	1
Forma zajęć: warsztat		Liczba godzin
Wr 1	Komunikacyjny wymiar przekazów werbalnych i niewerbalnych	2
Wr 2	Użyteczność modeli komunikacyjnych.	2
Wr 3	Mechanizmy zachodzące podczas wywierania wpływu na ludzi.	2
Wr 4	Perswazja a manipulacja.	2
Wr 5	Perswazja w naszym życiu. Prezentacje, studia przypadków.	2
Wr 6	Skuteczność komunikacyjna. Debata oksfordzka.	2
Wr 7	Bariery komunikacyjne.	2
Wr 8	Komunikacja wizualna – prezentacje, studia przypadków.	2
Wr 9	Komunikacyjny wymiar filmu i architektury.	2
Wr 10	Semiotyczna analiza dzieł sztuki.	2
Wr 11	Znaczenie niewerbalnych zachowań człowieka. Autoprezentacja.	2
Wr 12	Język jako podstawowe narzędzie komunikacji.	2
Wr 13	Analiza zawartości	2
Wr 14	Komunikacyjna analiza przekazów medialnych.	2
Wr 15	Podsumowanie	2
Suma godzin		45
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	wykresy, diagramy, podręczniki i teksty przedmiotowo-metodyczne	
2.	prezentacje multimedialne, materiały audio-wizualne	
3.	urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery.	
VII Metody dydaktyczne		
Podające – 1) wykład, 2) opis, 3) wyjaśnienie, 4) opowiadanie.		

Problemowe, praktyczne :5) pokaz, 6) ćwiczenie, 7) dyskusja, 8) instruktaż.	
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)	
W/P1	egzamin pisemny w formie pytań otwartych sprawdzający wiedzę studenta zdobytą na wykładzie.
Wr/F1	Praca indywidualna - analiza artykułów naukowych, materiałów badawczych (filmów, publikacji, zdjęć).
Wr/F2	Praca w grupie - analiza przykładów dotyczących poszczególnych zagadnień, prezentacje ukazujące omawiane zjawiska.
Wr/P2	Analiza komunikacyjno-semiotyczna publikacji prasowej.
IX Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)	W 15 h i Wr 30h
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)	W 12h i Wr 12 h
Przygotowanie się do zajęć.	W 3 h i Wr 9h
Przygotowanie indywidualnego projektu wypowiedzi pisemnej, przygotowanie do egzaminu	W 30 h i Wr 9h
SUMA	120
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	4
X Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Aronson E., Pratkanis A., (2003), <i>Wiek propagandy</i>, Warszawa. 2. Baran S. J., Davis D. K., (2006), <i>Teorie komunikowania masowego</i>, Kraków. 3. Bartmiński J., (2006), <i>Językowe podstawy obrazu świata</i>, Lublin. 4. Dobek-Ostrowska B. (red.), (2001), <i>Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne</i>, Wrocław. 5. Eco, U., (1972), <i>Pejzaż semiotyczny</i>, Warszawa. 6. Fiske J., (2003), <i>Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem</i>, Wrocław. 7. Goban-Klas T., (2002), <i>Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu</i>, Warszawa, Kraków. 8. Golka M., (2008), <i>Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne</i>, Warszawa. 9. Krzyżanowski P., Nowak P., red., (2004), <i>Manipulacja w języku</i>, Lublin. 10. Pease A. i B., (2011), <i>Mowa ciała</i>, Poznań. 11. Pisarek W., (2008), <i>Wstęp do nauki o komunikowaniu</i>, Warszawa. 12. Sorlin P., (2001), <i>Media masowe. Kluczowe pojęcia</i>, Wrocław. 13. Ziomek J., (2000), <i>Retoryka opisowa</i>, Wrocław. 	
Literatura uzupełniająca:	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Banach A., (1966), <i>Pismo i obraz</i>. Kraków: 2. Castells M., (2003), <i>Władza komunikacji</i>, Warszawa. 3. Cialdini R., (2013), <i>Wywieranie wpływu na ludzi</i>, Gdańsk. 4. Grzesiak M., (2018), <i>Podręcznik perswazji Najskuteczniejsze metody przekonywania innych i</i> 	

świadomej ochrony przed manipulacją, Warszawa.

5. Hopfinger M., (2003), *Doświadczenia audiowizualne. O mediach w kulturze współczesnej*, Warszawa.
6. Hopfinger M., (1993), *W laboratorium sztuki XX wieku. O roli słowa i obrazu*, Warszawa.
7. Lewiński P. H., (1990), *Retoryka reklamy*, Wrocław.
8. Ptaszek G., Filiciak M. (red.). 2009. *Komunikowanie (się) w mediach elektronicznych. Język, edukacja, semiotyka*. WaiP: Warszawa.
9. Widerski J., (2015), *Komunikacja językowa w public relations*, Jelenia Góra.
10. Wolny-Zmorzyński K, Kaliszewski A., Furman W., Pokorna-Ignatowicz K., (2008), *Źródła informacji dla dziennikarza*, Warszawa.

XI TABLICA POWIĄZAŃ EFEKTÓW PRZEDMIOTOWYCH I KIERUNKOWYCH Z CELAMI PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO METOD ICH WERYFIKACJI

Efekty kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W08	C 1	W1-4	1-3	1-4	P1
EU 2	K_K01	C 2	W 5-7, Wr 1	1-3	1-8	P1-2, F1-2
EU 3	K_W11	C 3	W2 , Wr 2	1-3	1-8	P1-2, F1-2
EU 4	K_U05	C 4	W3, Wr 3-6	1-3	1-8	P1-2, F1-2
EU 5	K_U10	C 5	Wr 7-14	1-3	5-8	P2, F1-2

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Brak

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Brak