

<b>Nazwa przedmiotu/modułu:</b>	Seminarium licencjackie
<b>Nazwa angielska:</b>	Licence seminary
<b>Kierunek studiów:</b>	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego
<b>Poziom studiów:</b>	Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie
<b>Profil studiów</b>	Praktyczny
<b>Jednostka prowadząca:</b>	Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
<b>Prowadzący przedmiot:</b>	dr Jerzy Widerski

I Formy zajęć, liczba godzin	
------------------------------	--

Semestr	W	C	L	WR	Seminarium	Łącznie	ECTS
5,6					60	60	6

<b>II Cel przedmiotu</b>
--------------------------

C1 Ugruntowanie wiedzy z wybranej subdyscypliny medioznawstwa lub nauki o komunikowaniu.  
C2 Ugruntowanie wiedzy z podstaw metodologii obowiązującej w naukach społecznych.  
C3 Umiejętność analizy i oceny wybranych przez studenta (w ramach badanej w pracy przez seminarzystę problematyki) faktów, zjawisk i procesów politycznych, społecznych, ekonomicznych bądź kulturalnych  
C4 Umiejętność wyprowadzania wniosków uogólniania i weryfikowania stawianych tez  
C5 Umiejętność doboru właściwych - w stosunku do podjętej problematyki - źródeł informacji, narzędzi i technik badawczych  
C6 Umiejętność sprawnego i zgodnego z zasadami języka polskiego komunikowania zawartych w pracy treści oraz stosowania zasad redagowania prac naukowych  
C7 Umiejętność właściwego stosowania zasad etycznych (także tych, które wiążą się z ochroną własności intelektualnej) obowiązujących w nauce

### III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:

Przede wszystkim wiedza i umiejętności z nauki o komunikowaniu, public relations i teorii komunikacji społecznej i interpersonalnej

IV Oczekiwane efekty uczenia się				
----------------------------------	--	--	--	--

<p><b>EU1</b> ma podstawową wiedzę z zakresu nauk o mediach i komunikacji społecznej, zna podstawowe teorie medioznawcze, ma wiedzę o dawnych i współczesnych mediach i systemach medialnych, oraz o sposobach kreowania wizerunku i planowania oraz realizacji reklamy, w tym ich ekonomicznych i politycznych uwarunkowaniach, zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji społecznej i nauki o mediach, w tym pojęcia związane z kreowaniem wizerunku i</p>	
---	--

planowaniem reklamy

EU2 potrafi posługiwać się terminologią z zakresu nauk społecznych

EU3 przestrzega zasad etyki zawodowej i norm współżycia społecznego

### V Treści programowe:

Forma zajęć: ćwiczenia /wpisać formę zajęć/		Liczba godzin
S 1-2	Wstępne określanie i przybliżenie studentom problematyki seminaryjnej	4
S 3,4	Metodologia w naukach społecznych – koncepcyjny szkielet pracy licencjackiej	4
S 5,6	Metodyka – to, co niezbędne w części egzemplifikacyjnej pracy licencjackiej	4
S 7,8	Przyjęte hipotezy i ich uzasadnianie	4
S 9, 10	Zasady obowiązujące podczas konstruowania planu pracy	4
S 11,12	Wstępna prezentacja roboczych tematów prac licencjackich.....	4
S 13, 14	Zasady opracowania rozdziałów, w których przeważa ujęcie teoretyczne	4
S 15, 16	Zasady opracowania rozdziałów analitycznych	4
S 17, 18	Prezentacja planów prac licencjackich przez poszczególnych studentów	4
S 19, 20	Definiowanie głównego problemu badawczego	4
S 21, 22	Zasady redagowania pracy licencjackiej: układ tekstu na stronie, pisanie w cudzysłowie, spacja, kursywa, pogrubienie	4
S 23, 24	Zasady stosowania odnośników i przypisów	4
S 25, 26	Zasady obowiązujące przy cytowaniu i konstruowanie bibliografii	4
S 27, 28	Korzystanie z cudzego dorobku a niebezpieczeństwa związane z plagiatem	4
S 29, 30	Referowanie poszczególnych rozdziałów prac przez studentów – wspólne omówienie i próba oceny	4
Suma godzin		60

VI Narzędzia dydaktyczne	
1.	Kolejne fragmenty powstających prac licencjackich prezentowane i omawiane podczas seminariów
2.	Podręczniki i artykuły w publikacjach zbiorowych (także w języku angielskim),
3.	urządzenia interkomunikacyjne (rzutnik multimedialny), multimedialne prezentacje materiałów DVD (pochodzących z bogatego archiwum prowadzącego)
VII Metody dydaktyczne	
1.	Dyskusja
2	Projekty
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)	
F	Aktywny udział w poszczególnych seminariach, umożliwiający dokonanie odpowiedzialnego wyboru tematu pracy. Komentarze (dotyczące wybranej metodologii, metodyki i planowanej kompozycji) na temat projektów prac
P1	Prezentacja uzyskiwanych rezultatów cząstkowych
P2	Prezentacja podrozdziałów i rozdziałów prac licencjackich
IX Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)	60
Godziny kontaktowe z promotorem (w czasie konsultacji)	24
Przygotowanie przez seminarzystów planu pracy lic., opracowanie bibliografii, przygotowanie kolejnych podrozdziałów i rozdziałów pracy wraz z zastosowaniem (i permanentnym korygowaniem) stosownych zasad obowiązujących przy redagowaniu pracy naukowej	96
SUMA	180
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU</b>	<b>6</b>
X Literatura podstawowa i uzupełniająca	
<p>Podstawowa:</p> <p><i>Słownik terminologii medialnej</i>, red. W. Pisarek, Wyd. UNIVESITAS, Kraków 2006,</p> <p>Kuhn T. S., <i>Dwa bieguny : tradycja i nowatorstwo w badaniach naukowych</i> Biblioteka Myśli Współczesnej, PIW, Warszawa 1985.</p> <p>Nowak S. <i>Metodologia badań społecznych.</i> , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007</p> <p>Bauer Z, <i>Dziennikarstwo wobec nowych mediów</i>, Wyd. UNIVERSITAS, Kraków 2010</p> <p>Castells M., <i>Spółczesność sieci</i>, red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2007</p> <p>Castells M., <i>Sila tożsamości</i>, red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2010</p> <p>Castells M., <i>Koniec tysiąclecia</i> red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2009</p>	

Dayan D., Katz E., Wydarzenie medialne na żywo. Historia transmitowania na żywo, przeł. A. Stawisz, Warszawskie Wydawnictwo Literackie Muza SA, Warszawa 2008

*Dziennikarstwo i świat mediów*, red. Z. Bauer, E. Chudziński, Wyd. UNIVERSITAS 2004

Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2004

Goban-Klas T., *Zarys historii i rozwoju mediów*, Kraków 2000

Levinson Paul *Miękkie ostrze. Naturalna historia i przyszłość rewolucji informacyjnej*, Warszawa 1999

*Nowe media w komunikacji społecznej XX wieku*. Antologia pod red. M. Hopfinger, Warszawa 2004

Levinson P., *Nowe nowe media*, przeł. Maria Zawadzka, Wyd. WAM, Kraków 2010.

Lisowska-Magdziarz M., *Media powszednie*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2008

Mrozowski M., *Media masowe. Władza, rozrywka, biznes*, Warszawa 2001

*Nowe media – nowe w mediach t, I: W kulturze pierwszych stron*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2005

*Nowe media – nowe w mediach t, II: Za wolność waszych i naszych mediów*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2006

*Nowe media – nowe w mediach t, III: W świecie komunikacji zdegradowanej*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2007

*Nowe media – nowe w mediach t, IV: Na peryferiach*, pod red. I. Borkowskiego, A. Woźnego, Wrocław 2008

Thompson J. B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001

Woźny A., *Odtąd już nic nigdy nie będzie tak samo. Media – ewenty – kryzysy i ...peryferie*, Wrocław 2013

#### Uzupełniająca:

Black S., *Public Relations*, przeł. I. Chlewińska, Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 1999;

Budzyński W., *Public Relations. Zarządzanie reputacją*, Poltex, Warszawa 1997;

Jabłoński W., *Kreowanie informacji. Media relations*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006;

Metody badania wizerunku, pod red. T. Gackowskiego i M. Łączyńskiego, CeDeWu, Warszawa 2009;

Rozwadowska B., *Public Relation.. Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa 2002;

*Public Relations w czasach MP3 i Internetu*. Pod red. Tworzydły i Chmielewskiego, Rzeszów 2008

Seitel F.P., *Public Relations w praktyce*, Felberg SJA, Warszawa 2003;

Wojcik, K. *Public Relations od A do Z*, t.I i II, Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 1997

Wilcox D., Ph. Ault, W. Agee, G. Cameron, *Public Relations. Strategies and Tactics*, Addison-Wesley Educational Publishers Inc., New York 2000

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_W05, K_W07, K_W08	C3, C5	S 5 -24	1-3	1,2	P1, P2
EU 2	K_U01	C1, C2, C4, C6	S 1- 4	1-3	1,2	P1,P2
EU 3	K_ K_K06	C7	S 25 – 30	1 - 3	1,2	F
<b>XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA</b>						
<p>W celu pełnej orientacji studenta, co do stawianych mu wymagań oraz zakresu sprawdzania opanowanych przez niego wiadomości i umiejętności <b>można</b> umieścić dodatkową informację precyzującą, jaką notę można otrzymać w zależności od stopnia opanowania danego efektu</p>						
<b>XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE</b>						
<p>Informacja, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, np. prezentacjami, instrukcjami do laboratorium itp.*</p>						