

Nazwa przedmiotu/modułu:			Komunikacja Społeczna i Interpersonalna				
Nazwa angielska:			Social and Interpersonal Communication				
Kierunek studiów:			Pedagogika				
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 hab. Ilona Biernacka-Ligięza				
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
1		30				30	2
II Cel przedmiotu							
C1 – Przystwojenie przez studenta wraz z najważniejszymi teoriami komunikacji społecznej i interpersonalnej wiedzy o jej funkcjach i prowadzących do ich realizacji środkach.							
C2 – Uświadomienie przez studenta roli mediów masowych i nowych mediów zarówno we współczesnej komunikacji społecznej, jak i utrzymywaniu żywej więzi z tradycją kultury.							
C3 – Doskonalenie umiejętności etycznego i skutecznego komunikowania.							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Brak							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
Należy określić oczekiwane efekty kształcenia w kategoriach wiedzy, umiejętności i kompetencji.							
EU 1 zna i rozumie różne teorie komunikacji, społeczno-kulturowe konteksty ich powstawania oraz złożone procesy warunkujące ich występowania							
EU 2 potrafi analizować na podstawie własnej obserwacji różne przejawy zachowań komunikacyjnych w wybranym obszarze społecznej praktyki							
EU 3 postępuje w sposób odpowiedzialny i etyczny							
V Treści programowe:							
Forma zajęć: ćwiczenia (30)						Liczba godzin	
1-3	Wprowadzenie (tematyka, warunki zaliczenia, literatura), komunikowanie jako interakcja: definicje, cechy i elementy; poziomy komunikowania w systemie społecznym						3
4-5	Sposoby porozumiewania się ludzi; komunikacja interpersonalna - formy i typy komunikowania						2

6-7	Komunikacja niewerbalna – jej funkcje w komunikowaniu politycznym	2
8-9	Media w systemie komunikowania masowego	2
10-11	Nurt krytyczny w komunikowaniu masowym	2
12- 13	Rola kodów dominujących, podporządkowanych i negocjowanych w komunikowaniu społecznym	2
14 -15	Semiotyczne koncepcje komunikowania masowego	2
16 - 18	Normy i odchylenia w komunikacji społecznej i interpersonalnej Paradygmaty i syntagmy – procesy transpozycji w reklamie Prezentacja opracowanych przez studentów sloganów reklamowych i ich wizualizacji, uwzględniających procesy transpozycji	3
19 – 21	Rola kodów rozwiniętych i ograniczonych w komunikacji masowej Rola kodów wąskich i szerokich w komunikacji masowej Systemy preferowane i alternatywne (podporządkowane i radykane) jako kody kultury popularnej	3
22 - 24	Ludyczna koncepcja komunikacji masowej Charakterystyka wydarzenia medialnego. Uniwersalne scenariusze medialne Koronacji, Konkwesty i Konkursu – indywidualne analizy programów informacyjnych. Syntaksa, semantyka i pragmatyka wydarzenia medialnego	3
25 - 27	Media masowe a przemoc i terroryzm Teorie dotyczące terroryzmu w globalnej wiosce Koncepcja terrowizji. Nowe media a terroryzm	3
28 - 30	Komunikacja ułomna, zdegradowana (manipulacja, propaganda, czarny PR) Medialna kultura upokarzania a etyka – próba podsumowania	3
Suma godzin		30
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	Podręczniki i artykuły w publikacjach zbiorowych	
2.	Komputer, rzutnik multimedialny, prezentacje materiałów DVD (pochodzących z bogatego archiwum prowadzącego).	
VII Metody dydaktyczne		
1	Dyskusja	
2	Metoda sytuacyjna	
3	Projekty	
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
F	Indywidualne projekty	
P	Test wielokrotnego wyboru	
IX Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		Łączna i średnia liczba

	godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)	30
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)	10
Przygotowanie się do zajęć	10
Przygotowanie indywidualnego projektu	10
SUMA	60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2

X Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

J. Fiske, Semiotyczne metody i ich zastosowania /W:/Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem, tłum. A.Gierczak, Wrocław, 1999

T. Goban-Klas, Podstawowe pojęcia i modele /W:/ Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Warszawa-Kraków 2009

M. Kunczik, A.Zipfel, Wprowadzenie; wyjaśnienie podstawowych pojęć /W:/Wprowadzenie do nauki o dziennikarstwie i komunikowaniu, tłum. J. Lozański, W.Łukowski, Warszawa 2000

Literatura uzupełniająca:

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

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

Efekty uczenia się	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEU)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
W tabeli umieszczono dane przykładowe*						
EU 1	K_W08	C1	1 – 15	1,2	1	P
EU 2	K_U11	C2	16 – 21	1,2	2,3	F
EU 3	K_ K_K05	C3	22 – 30	1,2	2,3	P

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

W celu pełnej orientacji studenta, co do stawianych mu wymagań oraz zakresu sprawdzania opanowanych przez niego wiadomości i umiejętności **można** umieścić dodatkową informację precyzującą, jaką notę można otrzymać w zależności od stopnia opanowania danego efektu

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacja, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, np. prezentacjami, instrukcjami do laboratorium itp.*