

Nazwa przedmiotu/modułu:	Seminarium licencjackie
Nazwa angielska:	Licence seminary
Kierunek studiów:	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu event i kreowanie wizerunku
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 Widorski

I Formy zajęć, liczba godzin

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

II Cel przedmiotu

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:

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

IV Oczekiwane efekty uczenia się

EU1 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 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 częściowych	
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
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		6
X Literatura podstawowa i uzupełniająca		
Podstawowa:		
Słownik terminologii medialnej, red. W. Pisarek, Wyd. UNIVESITAS, Kraków 2006,		
Kuhn T. S., Dwa bieguny : tradycja i nowatorstwo w badaniach naukowych Biblioteka Myśli Współczesnej, PIW, Warszawa 1985.		
Nowak S. Metodologia badań społecznych. , Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007		
Bauer Z, Dziennikarstwo wobec nowych mediów, Wyd. UNIVERSITAS, Kraków 2010		
Castells M., Społeczeństwo sieci, red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2007		
Castells M., Siła tożsamości, red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2010		
Castells M., Koniec tysiąclecia red, nauk. M, Marody, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2009		
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

Efekty kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
W tabeli umieszczono dane przykładowe*						
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
XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA						
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.*						

*Dane umieszczone w karcie przedmiotowej są danymi przykładowymi