

Nazwa przedmiotu/modułu:		Świat mediów w krajach niemieckiego obszaru językowego					
Nazwa angielska:		The world of media in German speaking countries					
Kierunek studiów:		Filologia o profilu filologia germańska – od podstaw - z realioznawstwem					
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 Filologii					
Prowadzący przedmiot:		Opracowanie: dr Stefan Ludwin					
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
3	15					15	2
II Cel przedmiotu							
<p>C1 – Zaznajomienie studentów z podziałem mediów oraz uświadomienie im wpływu massmediów na funkcjonowanie społeczeństwa we współczesnym świecie;</p> <p>C2- Syntetyczne przedstawienie informacji na temat mediów prasowych z podziałem na dzienniki, fachową prasę z zakresu kultury i sztuki, polityki, ekonomii i gospodarki, nauk przyrodniczych, prasy fachowej dla tłumaczy w krajach niemieckiego obszaru językowego;</p> <p>C3 – Zapoznanie studentów z najważniejszymi nadawcami radiowo-telewizyjnymi oraz komercyjnymi stacjami telewizyjnymi w krajach niemieckiego obszaru językowego;</p> <p>C4 – Zaznajomienie studentów z osiągnięciami kinematografii niemieckiej i festiwalami filmowymi Berlinale, Viennale;</p> <p>C5 – Przedstawienie nowości wydawniczych na rynku księgarskim w krajach niemieckiego obszaru językowego;</p> <p>C6 – Uświadomienie studentom roli mediów społecznościowych w krajach niemieckiego obszaru językowego;</p> <p>C7 - Uświadomienie studentom roli reklamy w mediach;</p> <p>C8 - Rozwijanie umiejętności interpretowania tekstów medialnych i argumentowania w języku niemieckim.</p>							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
/-/							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
<p>EU1 – Student posiada ugruntowaną wiedzę o systemie medialnym w krajach niemieckiego obszaru językowego;</p> <p>EU2 – Student ma ogólną, a w pewnych, wybranych zakresach szczegółową wiedzę o prasie niemieckojęzycznej; zna wiodących wydawców; potrafi wymienić i scharakteryzować profile</p>							

wiodących tytułów prasowych; zna podział prasy; rozróżnia gatunki prasowe i potrafi określić pod tym względem konkretne teksty;

EU3 – Student ma podstawową wiedzę na temat niemieckojęzycznych nadawców radiowo-telewizyjnych; potrafi wymienić niemieckojęzyczne rozgłośnie radiowe i stacje telewizyjne; zna osobowości radiowe i telewizyjne oraz wiodące programy informacyjne, publicystyczne i rozrywkowe;

EU4 – Student orientuje się w historii kinematografii niemieckiej, potrafi wymienić nazwiska i dzieła wybitnych reżyserów oraz scharakteryzować najpopularniejsze filmy z ostatnich lat;

EU5 – Student potrafi wymienić czołowe wydawnictwa książkowe w krajach niemieckojęzycznych oraz określić ich profil; zna bestsellery książkowe z ostatnich lat;

EU6 – Student podstawową wiedzę o dostępie do najważniejszych niemieckich mediów prasowych i społecznościowych w formie on-line, potrafi posługiwać się Internetem i sprawnie wyszukiwać potrzebne informacje;

EU7 – Student jest świadomy roli reklamy w mediach i jej wpływu na konsumenta;

EU8 – Potrafi krytycznie zinterpretować wiadomości prasowe, telewizyjne, posiada umiejętność wskazania wydarzeń oraz postaci współcześnie kontrowersyjnych, zajmować własne stanowisko na temat wybranych zagadnień życia politycznego i gospodarczego w krajach niemieckiego obszaru językowego, stosuje poznaną wiedzę do analizy i interpretacji zjawisk społecznych i wydarzeń politycznych.

V Treści programowe:

Forma zajęć: wykład		Liczba godzin
W 1, 2	Wprowadzenie: wpływ środków komunikowania społecznego na funkcjonowanie społeczeństwa we współczesnym świecie; podział i funkcje mediów.	2
W 3, 4, 5	Prasa krajów niemieckiego obszaru językowego: prasa opiniotwórcza i bulwarowa; wiodący wydawcy, główne tytuły i ich profil; typologia tekstów prasowych i publicystycznych: gazeta codzienna, tygodnik, miesięcznik, kwartalnik, półrocznik, rocznik); gatunki prasowe (informacyjne i publicystyczne).	3
W 6, 7	Rynek nadawców telewizyjnych i radiowych (stacje publiczne i komercyjne) w krajach niemieckiego obszaru językowego; wiodące programy informacyjne, publicystyczne i rozrywkowe; osobowości telewizyjne i radiowe.	2
W 8- 10	Kinematografia niemiecka – przegląd historyczny; wiodący reżyserzy i wybrane tytuły z ostatnich lat; wytwórnie filmowe; festiwale filmowe.	3
W 11, 12	Rynek księgarski w krajach niemieckojęzycznych: najważniejsze wydawnictwa i ich profil, bestsellery książkowe z ostatnich lat;	2
W 13, 14	Media społecznościowe - definicja, klasyfikacja, cele, wpływ na społeczeństwo; Rynek social-media w Niemczech;	2
W 15	Rola reklamy w mediach; reklama tradycyjna vs reklama internetowa.	1

Suma godzin		15
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	Urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery, słowniki multimedialne, Internet, nagrania video.	
2.	Podręczniki, czasopisma, gazety on-line.	
VII Metody dydaktyczne		
M1	Metody podające: objaśnienie, opis.	
M2	Metody eksponujące: nagrania, video .	
M3	Metody problemowe aktywizujące: metoda sytuacyjna, dyskusja dydaktyczna.	
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
P	Wykład kończy się zaliczeniem na ocenę (ZO). Ocenę końcową stanowi ocena z testu sprawdzającego wiedzę i umiejętności z całego semestru (pytania otwarte, luki do wypełnienia, teksty do interpretacji).	
	Ocena z testu jest obliczana procentowo w następujący sposób: <ul style="list-style-type: none">• ocena bardzo dobra 100 % - 92%• ocena dobra plus 91% - 85%• ocena dobra 84% - 70%• ocena dostateczna plus 69% - 61%• ocena dostateczna 60 % - 53%• ocena niedostateczna 52% i poniżej	
IX Obciążenie pracą studenta		
Forma aktywności		Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)		15
Godziny kontaktowe z nauczycielem w trakcie konsultacji		36
Przygotowanie się do zajęć		9
SUMA		60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		2
X Literatura podstawowa i uzupełniająca		
Literatura podstawowa:		
1. Burkart, Roland: Kommunikationswissenschaft. Wien/Köln/Weimar: Beltz Verlag (4. Aufl.), 2002. S. 378f.		
2. Goban-Klas, T.,Media i komunikowanie masowe, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2005.		
3. Kradolfer, E., Pressevielfalt Schweiz. Ein Überblick, Bundesamt für Statistik, Bern 2007.		
4. Lüger, H.-H., Pressesprache, Niemeyer, Tübingen 1995.		
5. Melischek, G., Seethaler, J., Skodacsek, K., Der österreichische Zeitungsmarkt 2004: Strukturen, Marktpotenziale, Anbieterkonzentration Media Perspektiven, Nr. 5: 243-254.		
6. Pürer, H., Raabe, J., Medien in Deutschland. Band 1: Presse. UVK Medien, Konstanz 1996.		

7. Stöber, R., Deutsche Pressegeschichte, UVK Verlagsgesellschaft, Konstanz 2005.

Literatura uzupełniająca:

1. Bladocha B., System prasowy RFN, DRUKMA, Poznań 2002.
2. Chudziński, E. (red.), Słownik wiedzy o mediach, PWN, Warszawa – Bielsko-Biała. 2007.
3. Jakubowicz K., Media publiczne. Początek końca czy nowy początek, Wamp, Warszawa 2007.
4. Skrzypczak, Józef (red.), Popularna encyklopedia mass mediów, Kurpisz, Poznań 1999.
5. Trappel, J., Perrin, I., Medienkonzentration in der Schweiz. Formen und Ausmass. In: H. Bonfadelli (red.). 2006, Medienkonzentration Schweiz, Haupt Verlag, Bern.

Czasopisma on-line: Der Spiegel, Stern, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Süddeutsche Zeitung, Sächsische Zeitung.

Portale internetowe: Deutsche Welle.

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 (PRK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU1	K_W01, K_W05	C1-C6	W1-W15	1,2	M1,M2,M3	P
EU2	K_W01, K_W04, K_W05, K_U01	C1, C2	W 3, W4, W5	1,2	M1,M2,M3	P
EU3	K_W01, K_W04, K_W05	C1, C3	W6, W7	1,2	M1,M2,M3	P
EU4	K_W01, K_W04, K_W05	C1, C4	W8, W9, W10	1,2	M1,M2,M3	P
EU5	K_W04, K_W08,	C1, C5	W11, W12	1,2	M1,M2,M3	P
EU6	K_W04, K_W05, K_U01	C6	W13, W14	1,2	M1,M2,M3	P
EU7	K_W05, K_U05, K_U06	C7	W15	1,2	M1,M2,M3	P
EU8	K_W04, K_U01, K_U10; K_K04	C8	W1-W15	1,2	M1,M2,M3	P

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

Informacje o miejscu odbywania się zajęć (budynek/sala) oraz terminu (dzień tygodnia/godzina) – wg harmonogramu zajęć.