

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Teksty i materiały medialne
Prowadzący	dr Kinga Romaniuk
Wydział	Wydział Teologiczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	II
Profil studiów	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	prakseologia dziennikarska
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2021/2022
Rok studiów	2
Semestr	1
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DK2_W05, DK2_W09, DK2_W10, DK2_W11, DK2_U01, DK2_U08, DK2_K01
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Brak wymagań.
Opis i cele przedmiotu Teksty i materiały medialne	Celem przedmiotu jest rozwijanie świadomości studentów w zakresie mechanizmów odbioru i przekazywania informacji, procesu komunikacji sprzyjającej budowaniu skutecznego porozumienia, a także identyfikowania czynników utrudniających efektywny przepływ treści. Przedmiot ma charakter praktyczny i koncentruje się na wypracowaniu umiejętności świadomego doboru informacji, argumentów oraz narzędzi komunikacyjnych adekwatnych do kontekstu sytuacyjnego i grupy odbiorców. Studenci poznają dobre praktyki komunikacyjne, uczą się selekcjonować i wykorzystywać informacje w sposób celowy, a także kształtują kompetencje w zakresie publikacji treści – z uwzględnieniem formatu, medium oraz właściwych środków wyrazu.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Teksty i materiały medialne	
1. Wprowadzenie do wykładu	2
2. Komunikacja za pośrednictwem social mediów	2
3. Czynniki skutecznego dotarcia do odbiorcy: pozycjonowanie, SEO, SEM	2
4. Komunikacja digital (m.in. strony internetowe, dobre praktyki opracowywania treści)	4
5. Metody przyciągania i zatrzymywania uwagi odbiorców	2
6. Czynniki skutecznej komunikacji, np. tzw. „klikalność”	2
7. Kryteria dopasowania formy i treści	2
8. Analiza mowy ciała	2
9. Dobre praktyki – przykłady skutecznych, popularnych i pozytywnie odbieranych treści	4
10. Złe praktyki – analiza treści budzących dyskusje w mediach, poszukiwanie przyczyn takich sytuacji	4
11. Władza algorytmów (SoMe, wyszukiwarki + wpływ na ludzkie mechanizmy poznawcze i poziom odbioru i przetwarzania treści)	4
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się <i>(co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)</i>	<u>Opis przedmiotowych</u> efektów uczenia się <i>(wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt)</i> <i>(co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)</i>	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się <i>(np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)</i>
DK2_W05	W pogłębionym stopniu zna i rozumie różnice między dziennikarstwem a public relations, precyzyjnie określa i opisuje ich wzajemne relacje i zależności, dobrze zna historię, cel i zadania public relations oraz zasady i metody działań z zakresu public relations	W1 – student jest w stanie wskazać charakter analizowanej treści (informacyjna, promocyjna, materiały perswazyjne) (tematy 5,6,7)	Zadania śródsesemtralne
DK2_W10	Posiada pogłębioną wiedzę na temat pojęć związanych z marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania jej w rzeczywistości medialnej, rozszerzoną wiedzę o reklamie i branży reklamowej, również w mediach społecznościowych	W2 – student posługuje się w analizach i wypowiedziach odpowiednimi pojęciami (tematy 2,3,4,6)	Zadania śródsesemtralne
DK2_W11	Zna biegle zasady języka polskiego (pisowni i wymowy), środki stylistyczne, retoryczne i erystyczne, mowę ciała oraz zasady prowadzenia debat i sporów publicznych w mowie i na piśmie oraz zasad pracy z mediami audiowizualnymi, komputerem i Internetem, a także ze współczesnymi narzędziami multimedialnymi	W3 – student analizuje treści pod kątem językowym i retorycznym, jest w stanie zaproponować zmiany zwiększające funkcjonalność treści (tematy 7,8,9,10, 11)	Zadania śródsesemtralne

DK2_U01	Biegle zna, dobrze rozpoznaje i znakomicie umie posługiwać się wszystkimi gatunkami dziennikarskimi, adekwatnymi do potrzeb komunikacji medialnej, a także rozpoznaje i biegle wykorzystuje specyfikę komunikacji w nowych mediach oraz w mediach społecznościowych	U1 – student jest w stanie stworzyć treść medialną na zadany temat i o określonym charakterze (tematy 2,3,4,5,6,7,8,9,10,11)	Zadania śródsesemestralne
DK2_U08	Potrafi swobodnie i profesjonalnie wypowiadać się jako reprezentant instytucji i organizacji w mowie i na piśmie w różnych rodzajach mediów	U2 – student przygotowuje profesjonalne i rzeczowe wypowiedzi medialne na zdane tematy, zgodne z zadaniem kontekstem komunikacyjnym (tematy 2,3,4,5,6,7,8,9,10,11)	Zadania śródsesemestralne
DK2_U10	Opanowuje rozszerzone umiejętności z zakresu warsztatu mediów audiowizualnych, nowych mediów i mediów społecznościowych oraz tworzenia i odbioru przekazu medialnego	U3 – student jest w stanie wskazać dobre praktyki w zakresie przygotowania materiałów audiowizualnych budujących odpowiedni wizerunek osobisty (tematy 7,8,9)	Zadania śródsesemestralne
DK2_K01	W pracy stosuje się do poznanych i przyswojonych norm prawnych i zasad etyki ogólnej i zawodowej	U4 – student wskazuje działania nieetyczne i w opracowywanych materiałach świadomie wybiera rozwiązania zgodne z etyką zawodową (tematy 10, 11)	Zadania śródsesemestralne

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Analiza treści i materiałów medialnych
2.	Warsztaty problemowe
3.	Praca z tekstami i materiałami audiodizualnymi

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach	30	30/1
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć, osobiste lektury	15	60/1
	praca w ramach zaliczenia śródkresowego i przygotowanie do testu końcowego	45	

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną w zaokrągleniu w górę co 0,5 stopnia, wyliczaną na podstawie ocen cząstkowych poszczególnych zadań śródsemestralnych, które uwzględniają opracowanie syntez i analiz, przygotowanie analiz krytycznych wybranych treści, opracowanie treści medialnych na zadane tematy i mieszczących się w określonym kontekście. Poszczególne zadania będą udestępniane w module “zadania” w MS Teams.

Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną oddanych przez studentów zadań. Student może nie oddać dwóch z wszystkich realizowanych w ramach przedmiotu prac.

na ocenę 3 – poszczególne prace realizują cel wskazany w poleceniu, postawione wnioski są poprawne, ale opracowane na poziomie ogólnych i oczywistych twierdzeń.

na ocenę 4 – poszczególne prace realizują cel wskazany w poleceniu, student wykazuje się w nich myśleniem analitycznym, uzasadnia swoje wnioski w sposób merytoryczny, logiczny i z zachowaniem akademickiej jakości wypowiedzi (stosuje przypisy)

na ocenę 5 – poszczególne prace realizują cel wskazany w poleceniu, student opracowuje treści zgodnie ze standardami wypowiedzi na poziomie akademickim, a stawiane wnioski charakteryzują się logiką, zastosowaniem adekwatnych argumentów, są wzbogacone osobistymi przemyśleniami studenta.

Literatura obowiązkowa

1.	Cialdini, R. B. (2021). Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka (tłum. B. Wojciszke). Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
2.	Jóźwik, K. (2020). Myślenie wizualne 2.0. Skuteczna komunikacja. MT Biznes.

3.	Ogonowska, A. (2019). Psychologia mediów i komunikowania. Wprowadzenie. Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
----	---

Literatura uzupełniająca

1.	Pease, A., & Pease, B. (2019). Mowa ciała. Rebis.
2.	Carnegie, D. (2022). Słuchaj! Sztuka skutecznej komunikacji (tłum. A. Ciepłowska-Kowalik). Wydawnictwo Studio Emka.
3.	Kaczmarek-Śliwińska, M. (red.). (2021). Turn your public on! Jak projektować angażującą komunikację: public relations, branding, social media. Wydawnictwo Naukowe PWN.

* lista rodzajów zajęć

- ☒ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
wykład kierunkowy
- ☐ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)