

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu
Prowadzący	mgr Hubert Adamczyk, dr Ewa Czaczkowska, dr Mateusz Kot, dr Tomasz Płonkowski
Wydział	Wydział Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025
Rok studiów	1
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DL_W07, DL_W12, DL_U04, DL_U07
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	1
Wymagania wstępne	Zainteresowanie współczesnym funkcjonowaniem mediów w Polsce, zasadami dziennikarstwa i odpowiedzialnością audytoriów w tym zakresie, obowiązkowe uczestnictwo w wykładzie Media w Polsce
Opis i cele przedmiotu Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z polskim systemem medialnym oraz jego uwarunkowaniami ekonomiczno-politycznymi. Program obejmuje również zagadnienia dotyczące nowych technologii medialnych oraz ich rozwoju i upowszechnienia w Polsce. Studenci będą mieli okazję zdobyć wiedzę na temat historii polskich mediów i dziennikarstwa oraz nauczyć się praktycznego wykorzystywania tej wiedzy. Dodatkowo, przedmiot umożliwi analizowanie zjawisk medialnych w kontekście ekonomiczno-politycznym na polskim rynku mediów.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu:	
1. Wprowadzenie do ćwiczeń. Przegląd mediów branżowych, segmentacja mediów	6
2. Media lokalne, sublokalne i regionalne – analiza, zasięgi i case studies	6
3. Media ogólnopolskie – analiza, zasięgi i case studies	6
4. Media internetowe i nowe technologie w mediach	4
5. Media tematyczne, specjalistyczne i techniczne	4
6. Przygotowanie pracy grupowej na zajęciach	4
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	Kierunkowe efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	Opis przedmiotowych efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DL_W07	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie dotyczące tradycyjnych i współczesnych mediów, ich ekonomicznych i politycznych uwarunkowań	W1 – student zna konkretny medialne, wydawców oraz ich źródła finansowania w odniesieniu do mediów lokalnych i ogólnokrajowych. Rozumie czym jest linia redakcyjna i zjawiska związane ze sponsoringiem oraz treściami sponsorowanymi. Wie czym się charakteryzują procesy dystrybucji oraz mechanizmy związane z zasięgiem (bloki tematów 1-2)	Test śródsesemestralny
DL_W12	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie związane z rozwojem nowych technologii medialnych i	W2 – student znając tradycyjne media, trafnie określa ich możliwości konwergencji wskazując współczesne przykłady. Wymienia nowoczesne formy medialne, opisuje je oraz trafnie	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej

	komunikacyjnych w kontekście praktyki dziennikarskiej	wskazuje ich wady i zalety operując konkretnymi przykładami (bloki tematów 3-6)	
DL_U04	Potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa do interpretowania i rozumienia współczesnych zjawisk społecznych	U1 – potrafi określić pochodzenie mediów obecnych na Polskim rynku oraz ich historię. Wykazuje ewolucję mediów tradycyjnych adaptujących się do nowej cyfrowej rzeczywistości (bloki tematów 1-6)	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej
DL_U07	Potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania decydujące o funkcjonowaniu nowych mediów i mediów masowych krajowych i zagranicznych oraz wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych	U2 – student rozumie społeczny charakter współczesnych mediów oraz potrafi analizować zjawiska oparte na informacji zwrotnej zachodzące w mediach społecznościowych. Potrafi wskazać twórców internetowych zarówno indywidualnych, jak i instytucjonalnych (bloki tematów 1-6)	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Analiza materiałów medialnych
2.	Analiza wybranych przypadków (case study)
3.	dyskusja
4.	Wykorzystanie aktualnych publikacji mediów branżowych

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		
	praca w ramach zaliczenia śródkresowego i przygotowanie do testu końcowego		

Kryteria oceny końcowej

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

Zajęcia odbywają się w formie stacjonarnej. W usadowionych przypadkach forma zajęć będzie mogła ulec zmianie. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. W trakcie semestru dopuszcza się możliwość dwie nieusprawiedliwionych nieobecności. W trakcie semestru możliwe są testy weryfikujące wiedzę studenta z uprzednio przerobionego materiału. Zaliczenie przedmiotu możliwe jest tylko przy: 1) posiadaniu wymaganej obecności, 2) przygotowaniu projektu zaliczeniowego i zaliczenie testu śródsesemestralnego. Na ocenę końcową składa się ocena z projektu zaliczeniowego (40%) aktywność na zajęciach (30%) i testu śródsesemestralnego na zajęciach (30%).

Kryteria oceny efektów uczenia się: W1, W2, U1, U2:

W1:

Na ocenę 3 – ma wiedzę o polskim systemie medialnym, ale nie potrafi wskazywać na jego uwarunkowania ekonomiczne i polityczne.

Na ocenę 4 – ma wiedzę o współczesnym systemie medialnym w Polsce i jego uwarunkowaniach ekonomiczno-politycznych.

Na ocenę 5 – wyróżnia się wiedzą o polskim systemie medialnym i jego uwarunkowaniach.

W2:

Na ocenę 3 – wie czym wyróżniają się nowe technologie medialne, ale nie potrafi wskazywać na przykłady ich upowszechnienia i wykorzystania.

Na ocenę 4 – ma wiedzę o nowych technologiach medialnych i stopniu ich upowszechnienia i wykorzystania.

Na ocenę 5 – wyróżnia się wiedzą na temat upowszechnienia i wykorzystania nowych technologii medialnych.

U1:

Na ocenę 3 – ma pewną wiedzę o historii mediów i dziennikarstwa w Polsce, ale nie potrafi jej wykorzystywać podając przykłady.

Na ocenę 4 – potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa w Polsce.

Na ocenę 5 – wyróżnia się umiejętnością wykorzystywania wiedzy na temat historii mediów i dziennikarstwa w Polsce.

U2:

Na ocenę 3 – wskazuje na przemiany polskiego rynku mediów, ale nie potrafi ich analizować w aspektach ekonomicznym i politycznym.

Na ocenę 4 – potrafi analizować medialne zjawiska ekonomiczno-polityczne oraz wskazywać podmioty na polskim rynku mediów.

Na ocenę 5 – wyróżnia się umiejętnością analizy polskiego rynku mediów.

Literatura obowiązkowa

1.	Dzierżyńska-Mielczarek J., Rynek mediów w Polsce Zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych, Warszawa 2018.
2.	Press.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).
3.	Wirtualnemedial.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).

Literatura uzupełniająca

1.	Bielak T., Ptaszek G. (red.), Media.pl. Badania nad mediami w Polsce, Kraków 2016, https://tinyurl.com/mediaplbadania (dostęp: 10 kwietnia 2025).
2.	Kreft J., Koniec dziennikarstwa jakie znamy. Agregacja w mediach, Kraków 2016.
3.	Roguska A., Media globalne - media lokalne, Kraków 2012.
4.	CBOS.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).

* 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)

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu
Prowadzący	mgr Hubert Adamczyk, dr Ewa Czaczkowska, dr Mateusz Kot, dr Tomasz Płonkowski
Wydział	Wydział Teologiczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	I
Profil studiów	praktyczny
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025
Rok studiów	1
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (obowiązkowy, do wyboru)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (symbole)	DL_W07, DL_W12, DL_U04, DL_U07
Rodzaj zajęć (wybór z listy*)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	1
Wymagania wstępne	Zainteresowanie współczesnym funkcjonowaniem mediów w Polsce, zasadami dziennikarstwa i odpowiedzialnością audytoriów w tym zakresie, obowiązkowe uczestnictwo w wykładzie Media w Polsce
Opis i cele przedmiotu Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z polskim systemem medialnym oraz jego uwarunkowaniami ekonomiczno-politycznymi. Program obejmuje również zagadnienia dotyczące nowych technologii medialnych oraz ich rozwoju i upowszechnienia w Polsce. Studenci będą mieli okazję zdobyć wiedzę na temat historii polskich mediów i dziennikarstwa oraz nauczyć się praktycznego wykorzystywania tej wiedzy. Dodatkowo, przedmiot umożliwi analizowanie zjawisk medialnych w kontekście ekonomiczno-politycznym na polskim rynku mediów.

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Media w Polsce – ćwiczenia do wykładu:	
1. Wprowadzenie do ćwiczeń. Przegląd mediów branżowych, segmentacja mediów	6
2. Media lokalne, sublokalne i regionalne – analiza, zasięgi i case studies	6
3. Media ogólnopolskie – analiza, zasięgi i case studies	6
4. Media internetowe i nowe technologie w mediach	4
5. Media tematyczne, specjalistyczne i techniczne	4
6. Przygotowanie pracy grupowej na zajęciach	4
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	<u>Opis przedmiotowych</u> efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mierzalne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie <i>student po tym przedmiocie</i> będzie wiedział i umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pismne, egzamin ustny, egzamin pismny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DL_W07	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie dotyczące tradycyjnych i współczesnych mediów, ich ekonomicznych i politycznych uwarunkowań	W1 – student zna konkretny medialne, wydawców oraz ich źródła finansowania w odniesieniu do mediów lokalnych i ogólnokrajowych. Rozumie czym jest linia redakcyjna i zjawiska związane ze sponsoringiem oraz treściami sponsorowanymi. Wie czym się charakteryzują procesy dystrybucji oraz mechanizmy związane z zasięgiem (bloki tematów 1-2)	Test śródsesemestralny
DL_W12	W zaawansowanym stopniu zna i rozumie podstawowe pojęcia i teorie związane z rozwojem nowych technologii medialnych i	W2 – student znając tradycyjne media, trafnie określa ich możliwości konwergencji wskazując współczesne przykłady. Wymienia nowoczesne formy medialne, opisuje je oraz trafnie	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej

	komunikacyjnych w kontekście praktyki dziennikarskiej	wskazuje ich wady i zalety operując konkretnymi przykładami (bloki tematów 3-6)	
DL_U04	Potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa do interpretowania i rozumienia współczesnych zjawisk społecznych	U1 – potrafi określić pochodzenie mediów obecnych na Polskim rynku oraz ich historię. Wykazuje ewolucję mediów tradycyjnych adaptujących się do nowej cyfrowej rzeczywistości (bloki tematów 1-6)	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej
DL_U07	Potrafi analizować mechanizmy i uwarunkowania decydujące o funkcjonowaniu nowych mediów i mediów masowych krajowych i zagranicznych oraz wskazać najważniejsze podmioty rynku mediów krajowych i zagranicznych	U2 – student rozumie społeczny charakter współczesnych mediów oraz potrafi analizować zjawiska oparte na informacji zwrotnej zachodzące w mediach społecznościowych. Potrafi wskazać twórców internetowych zarówno indywidualnych, jak i instytucjonalnych (bloki tematów 1-6)	Końcowy projekt grupowy w formie prezentacji multimedialnej

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Analiza materiałów medialnych
2.	Analiza wybranych przypadków (case study)
3.	dyskusja
4.	Wykorzystanie aktualnych publikacji mediów branżowych

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		
	praca w ramach zaliczenia śródkresowego i przygotowanie do testu końcowego		

Kryteria oceny końcowej

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

Zajęcia odbywają się w formie stacjonarnej. W usadowionych przypadkach forma zajęć będzie mogła ulec zmianie. Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. W trakcie semestru dopuszcza się możliwość dwie nieusprawiedliwionych nieobecności. W trakcie semestru możliwe są testy weryfikujące wiedzę studenta z uprzednio przerobionego materiału. Zaliczenie przedmiotu możliwe jest tylko przy: 1) posiadaniu wymaganej obecności, 2) przygotowaniu projektu zaliczeniowego i zaliczenie testu śródsesemestralnego. Na ocenę końcową składa się ocena z projektu zaliczeniowego (40%) aktywność na zajęciach (30%) i testu śródsesemestralnego na zajęciach (30%).

Kryteria oceny efektów uczenia się: W1, W2, U1, U2:

W1:

Na ocenę 3 – ma wiedzę o polskim systemie medialnym, ale nie potrafi wskazywać na jego uwarunkowania ekonomiczne i polityczne.

Na ocenę 4 – ma wiedzę o współczesnym systemie medialnym w Polsce i jego uwarunkowaniach ekonomiczno-politycznych.

Na ocenę 5 – wyróżnia się wiedzą o polskim systemie medialnym i jego uwarunkowaniach.

W2:

Na ocenę 3 – wie czym wyróżniają się nowe technologie medialne, ale nie potrafi wskazywać na przykłady ich upowszechnienia i wykorzystania.

Na ocenę 4 – ma wiedzę o nowych technologiach medialnych i stopniu ich upowszechnienia i wykorzystania.

Na ocenę 5 – wyróżnia się wiedzą na temat upowszechnienia i wykorzystania nowych technologii medialnych.

U1:

Na ocenę 3 – ma pewną wiedzę o historii mediów i dziennikarstwa w Polsce, ale nie potrafi jej wykorzystywać podając przykłady.

Na ocenę 4 – potrafi wykorzystać wiedzę na temat historii mediów i dziennikarstwa w Polsce.

Na ocenę 5 – wyróżnia się umiejętnością wykorzystywania wiedzy na temat historii mediów i dziennikarstwa w Polsce.

U2:

Na ocenę 3 – wskazuje na przemiany polskiego rynku mediów, ale nie potrafi ich analizować w aspektach ekonomicznym i politycznym.

Na ocenę 4 – potrafi analizować medialne zjawiska ekonomiczno-polityczne oraz wskazywać podmioty na polskim rynku mediów.

Na ocenę 5 – wyróżnia się umiejętnością analizy polskiego rynku mediów.

Literatura obowiązkowa

1.	Dzierżyńska-Mielczarek J., Rynek mediów w Polsce Zmiany pod wpływem nowych technologii cyfrowych, Warszawa 2018.
2.	Press.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).
3.	Wirtualnemedial.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).

Literatura uzupełniająca

1.	Bielak T., Ptaszek G. (red.), Media.pl. Badania nad mediami w Polsce, Kraków 2016, https://tinyurl.com/mediaplbadania (dostęp: 10 kwietnia 2025).
2.	Kreft J., Koniec dziennikarstwa jakie znamy. Agregacja w mediach, Kraków 2016.
3.	Roguska A., Media globalne - media lokalne, Kraków 2012.
4.	CBOS.pl (dostęp: 10 kwietnia 2025).

* 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)