

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa w języku polskim: **Komunikacja społeczna i medialna**

Nazwa w języku angielskim: **Social and media communication**

Karta przedmiotu ważna od roku akademickiego: **2026/2027**

Kierunek studiów: **Pedagogika**

Poziom studiów: **Studia I stopnia**

Forma studiów: **Niestacjonarne**

Profil: **Praktyczny**

Specjalność: **Resocjalizacja z kryminologią, BR Business Partner**

Język wykładowy: **Polski**

Jednostka prowadząca: **Wydział Nauk Społecznych i Technicznych w Polkowicach**

Opiekun przedmiotu: **dr hab. Rafał Czachor, prof. UJW**

OBCIĄŻENIE STUDENTA

	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium
Liczba godzin zajęć dydaktycznych organizowanych przez Uczelnię			16
Liczba godzin całkowitego nakładu pracy studenta			75
Forma zaliczenia			Zaliczenie z oceną
Liczba punktów ECTS			3

WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

Wprowadzenie do pedagogiki
Pedagogika społeczna

CELE PRZEDMIOTU

C1	Zdobycie przez studentów rozbudowanej wiedzy z zakresu komunikowania się ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji społecznej i medialnej.
C2	Kształcenie umiejętności analizowania i interpretowania różnych systemów komunikowania.
C3	Nabycie świadomości znaczenia komunikacji społecznej i medialnej dla rozwoju jednostki i społeczeństwa.

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA – PEU

Z zakresu wiedzy:

PEU_W01	Student zna specjalistyczną terminologię komunikacji społecznej i medialnej, zna cechy i elementy procesu komunikacyjnego, a także wskazuje różnorodną klasyfikację procesów komunikowania się.
---------	---

Z zakresu umiejętności:

PEU_U01	Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną w celu analizowania i interpretowania różnych systemów komunikowania, wypowiedzi w uwarunkowaniu społecznym i medialnym.
---------	---

Z zakresu kompetencji społecznych:

PEU_K01	Student jest gotów rozwijać kompetencje komunikacyjne na rzecz własnego rozwoju, a także podczas pedagogicznej działalności praktycznej.
---------	--

TREŚCI PROGRAMOWE		
Forma zajęć – konwersatorium		Liczba godzin
C1	Zapoznanie z planem zajęć, celami, literaturą, treściami programowymi oraz omówienie kryteriów zaliczeń. Savoir vivre - dobre maniery w komunikacji międzyludzkiej na co dzień i od święta. Sztuka korespondencji on-line.	2
C2	Komunikowanie jako proces społeczny (istota, etymologia terminu, definicje, interdyscyplinarność pojęcia, cechy, elementy procesu komunikacyjnego, formy). Funkcje oraz klasyfikacja procesów komunikowania się ze względu na poziomy komunikowania się i sposoby (kanały) porozumiewania się ludzi (bezpośrednie – interpersonalne, pośrednie – masowe oraz medialne). Typy zachowań uczestników procesu komunikacji (zachowania uległe, agresywne oraz asertywne).	2
C3	Klasyfikacja procesów komunikowania ze względu na stosowane znaki i kody - komunikacja werbalna (definicje, formy, proces denotacji i konotacji, techniki aktywnego słuchania, zasady i style komunikowania werbalnego).	2
C4	Klasyfikacja procesów komunikowania ze względu na stosowane znaki i kody - komunikacja niewerbalna (pojęcie, elementy, grupy sygnałów, funkcje, postawa ciała, przykłady, różnice kulturowe, gesty kłamstwa, dystans).	2
C5	System komunikowania politycznego (istota, mass media a system komunikowania politycznego, kierunki komunikowania politycznego – władza- obywatele, obywatele – władza, komunikowanie międzynarodowe; mediatyzacja polityki).	2
C6	System komunikowania publicznego (definicja, funkcje, charakter, nadawca i odbiorca, praktyka komunikowania publicznego- środki i typy, warunki praktyki; formy komunikowania – rozporządzanie danymi publicznymi, stosunki między służbami a jego użytkownikami, promocja usług oferowanych publiczności, kampanie informacyjne, podnoszenie prestiżu). System komunikowania masowego (pojęcie, komunikowanie masowe a system społeczny; organizacja, instytucja i system medialny, środki masowego przekazu).	2
C7	Specyfika komunikatu reklamowego (pojęcie, funkcje, historia, budowa przekazu reklamowego – obraz, ruch, słowa, dźwięk; rodzaje i typy reklam). Public relations (istota, definicje, zadania, wizerunek, działania, instrumenty i techniki itp.). Komunikacja a płeć (damski i męski styl komunikowania - „Kobiety są z Wenus, mężczyźni są z Marsa”).	2
C8	Podsumowanie i zaliczenie zajęć.	2
Razem		16

STOSOWANE NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	
1.	Podręczniki i teksty przedmiotowo – metodyczne
2.	Prezentacja treści z wykorzystaniem multimedialnych
3.	Materiały audio-wizualne
4.	Dyskusja, praca w grupach, prezentacja

METODY I FORMY OCENY

OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Formy oceny (F lub P)*	Numer efektu uczenia (przedmiotowego)	Metody oceny osiągnięcia efektu uczenia
F ć	PEU_W01, PEU_U01	Praca w grupach, dyskusja.
P ć	PEU_W01, PEU_U01, PEU_K01	Zaliczenie w formie ustnej lub pisemnej.

*F – ocena formująca (w trakcie semestru), P – ocena podsumowująca (na koniec semestr)

KRYTERIA OCENY

OSIĄGNIĘCIA PRZEDMIOTOWYCH EFEKTÓW UCZENIA

Nr PEU	Ocena dostateczna	Ocena dobra	Ocena bardzo dobra
PEU_W01	Student wie jak zdefiniować podstawowe pojęcia komunikacji społecznej i medialnej, klasyfikację procesów komunikowania się, a także zasady savoir vivre.	Student dodatkowo wskazuje więcej niż jedno ujęcie wybranych pojęć. Potrafi w dobrym stopniu przedstawić rozbudowaną wiedzę na temat podziałów procesów komunikowania się.	Student dodatkowo wie jak dokonać krytycznej oceny przedstawianych interpretacji pojęć. Zna bardzo dobrze zasady savoir vivre w kontaktach międzyludzkich. Student w sposób pełny potrafi wskazać niebezpieczeństwa a także korzyści związane z rolą komunikacji społecznej i medialnej.
PEU_U01	Student potrafi w podstawowym stopniu wykorzystać wiedzę teoretyczną w celu analizowania i interpretowania różnych systemów komunikowania, wypowiedzi w uwarunkowaniu społecznym i medialnym.	Student potrafi w dobrym stopniu dokonać analizy trudności w komunikacji werbalnej i niewerbalnej oraz systemu komunikowania politycznego, publicznego i masowego.	Student dodatkowo posiada rozbudowane umiejętności rozpoznawania wad i zalet systemów komunikowania oraz specyfiki komunikatu reklamowego czy public relations.
PEU_K01	Student dostrzega potrzebę rozwijania podstawowych kompetencji komunikacyjnych na rzecz własnego rozwoju.	Student dodatkowo potrafi odwołując się do wiedzy uzasadnić potrzebę rozwijania kompetencji zawodowych w zakresie komunikacji społecznej i medialnej.	Student dodatkowo jest gotów do uzupełniania i rozwijania własnych kompetencji w tej dziedzinie.

LITERATURA PODSTAWOWA

Dobek – Ostrowska B. (1999): *Podstawy komunikowania społecznego*, Wrocław: Wydawnictwo Astrum.
 Dobek-Ostrowska B. (2011): *Komunikowanie polityczne i publiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
 McQuail D. (2007): *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA

Morreale S. P., Spitzberg S. P., Barge J. K., (2011), *Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności*, Warszawa, PWN.
 McKay M., Davis M., Fanning P. (przeł. A. Błaż): (2004): *Sztuka skutecznego porozumiewania się*. Gdańsk : Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.

MACIERZ POWIĄZANIA

EFEKTÓW UCZENIA DLA PRZEDMIOTU: KOMUNIKACJA SPOŁECZNA I MEDIALNA

Z EFEKTAMI UCZENIA NA KIERUNKU PEDAGOGIKA

Przedmiotowy efekt uczenia	Odniesienie przedmiotowego efektu do efektów uczenia zdefiniowanych dla kierunku studiów i specjalności	Cele przedmiotu	Treści programowe	Numer narzędzia dydaktycznego
PEU_W01	K_W05	C1	Ć1, Ć2, Ć3, Ć4, Ć8	1,2,3,4
PEU_U01	K_U02	C3, C2	Ć5, Ć6, Ć7, Ć8,	1,2,3,4
PEU_K01	K_K01	C3, C2	Ć1, Ć2, Ć3, Ć4, Ć5, Ć6, Ć7, Ć8,	1,2,3,4