


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Interpretacja przekazu medialnego i reklamowego I		8.0.13585	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Językoznawstwa Romańskiego			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Filologia romańska	forma	stacjonarne
		moduł	biznes-kultura-media
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Joanna Jereczek-Lipińska, profesor uczelni; mgr Jadwiga Bodzińska-Bobkowska; mgr Paulina Tarasewicz; mgr Marta Kaźmierczak; dr Katarzyna Kotowska; dr Barbara Brzezicka; dr hab. Gilles Quentel, profesor uczelni; dr hab. Izabela Pozierak-Trybisz			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		3	
Ćw. audytoryjne		Semestr 4:	
Sposób realizacji zajęć		30 godzin - udział w zajęciach;	
zajęcia w sali dydaktycznej		35 godzin - samodzielne studiowanie literatury;	
Liczba godzin		10 godzin - przygotowanie do zaliczenia oraz	
Ćw. audytoryjne: 30 godz.		kolokwium zaliczeniowe.	
		Razem: 75 godzin = 3 ECTS	
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- fakultatywny (do wyboru) - obowiązkowy		francuski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
- Analiza tekstów z dyskusją		Sposób zaliczenia	
- Praca w grupach		Zaliczenie na ocenę	
- Wykład konwersatoryjny		Formy zaliczenia	
- Wykład z prezentacją multimedialną		- zaliczenie ustne - kolokwium	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje ocenę w semestrze 4 na podstawie: • kolokwium pisemnego lub ustnego z zakresu treści programowych oraz zadanych lektur (por. wykaz literatury) – 100%.	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt uczenia się	Udział w dyskusji	Kolokwium
	Wiedza	
K_W06	x	x
K_W09	x	x
K_W12	x	x
K_W14	x	x
	Umiejętności	
K_U07	x	x
K_U08	x	x
K_U10	x	
K_U14	x	
K_U15	x	x
K_U16	x	x
	Kompetencje	
K_K05	x	x
K_K06	x	

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi**A. Wymagania formalne**

Wybór specjalności Biznes-kultura-media. W szczególnych przypadkach prowadzący może odstąpić od tej reguły.

B. Wymagania wstępne

Znajomość podstawowej terminologii; znajomość języka francuskiego na poziomie pozwalającym osiągnąć założone efekty kształcenia (semestr 4 - B1)

Cele kształcenia

Wprowadzenie do teorii komunikacji, retoryki i analizy mediów.

Treści programowe

Wprowadzenie do retoryki argumentacyjnej i technik komunikacji językowej. Ramy teoretyczne i przykładowe.

Wykaz literatury

Tchakhotine, S. (1992): Le Viol des foules par la propagande politique, Gallimard.
 Meunier, J-P & Peraya, D. (2010): Introduction aux théories de la communication, De Boeck.
 Lukaszewicz, J. (2010): La syllogistique d'Aristote, Vrin.
 Thiry, P. (1998): Notions de logique, De Boeck.
 Riocreux, I. (2018): La Langue des medias, l'Artilleur.
 Vernet, E. (2000): La publicité, théorie, acteurs et méthodes, La Documentation Française.
 Tekst jako element komunikatu telewizyjnego, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 200.
 Kłosiński M., Badanie zawartości i wyeksponowania przekazu medialnego, "Societas/Communitas", nr 2, 2007.
 McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2008.
 Chudziński E. (red.), Słownik wiedzy o mediach, wyd. ParkEdukacja, Warszawa-Bielsko-Biała 2007.
 Skworz A., Niziołek A., Biblia dziennikarstwa, Wydawnictwo ZNAK, Kraków 2010.
 W. Orliński, Internet. Czas się bać, Agora, Warszawa 2013.
 Film: Dylemat społeczny, Netflix, 2019.

Kierunkowe efekty uczenia się

K_W06, K_W09, K_W12, K_W14
 K_U07, K_U08, K_U10, K_U14, K_U15, K_U16
 K_K05, K_K06

Wiedza

Student:

- ma zaawansowaną wiedzę o powiązaniach filologii romańskiej z innymi dziedzinami i dyscyplinami nauk humanistycznych i pokrewnych, w tym naukami medjoznawczymi, ma podstawową wiedzę o uczestnikach działalności kulturalnej i medialnej, zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form dziennikarskich (K_W06),
- zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji tekstów medjoznawczych, dziennikarskich (K_W09),
- zdaje sobie sprawę z różnorodności źródeł informacji, z kompleksowości natury języka oraz zmienności historycznej znaczeń w języku francuskim i potrafi je

	<p>odnieść do przekazu medialnego i reklamowego (K_W12),</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma uporządkowaną wiedzę ogólną dotyczącą kultury i realiów społeczno-gospodarczych w krajach francuskojęzycznych w tym odnoszącą się do specyfiki przekazu medialnego i reklamowego (K_W14).
	<p>Umiejętności</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • potrafi posługiwać się podstawowymi pojęciami z zakresu językoznawstwa i analizy dyskursywnej w typowych sytuacjach profesjonalnych związanych z mediami (K_U07), • potrafi dokonać interpretacji tekstów kultury i mediów z zastosowaniem typowych metod filologicznych w tym analizy dyskursywnej (K_U08), • potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny w języku francuskim ze specjalistami nauk humanistycznych, społecznych i gospodarczych wykorzystując różne kanały i techniki komunikacyjne, umie współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych, w tym o charakterze interdyscyplinarnym (K_U10), • potrafi korzystać z dostępnych urządzeń multimedialnych i nowoczesnej technologii w celu pozyskania informacji, samokształcenia lub nawiązania kontaktu ze specjalistami w dziedzinie przekazu medialnego i reklamowego, potrafi rzetelnie opisać dokumenty pochodzące ze źródeł elektronicznych, umie planować i organizować pracę indywidualną oraz w zespole (K_U14), • potrafi dokonać obserwacji i interpretacji zjawisk społeczno-kulturowych i medialno-dziennikarskich, analizuje ich powiązania (K_U15), • potrafi w sposób precyzyjny i spójny wypowiadać się po francusku w mowie na temat dotyczący wybranych zagadnień kulturowych i informacyjnych oraz perswazyjnych i reklamowych (K_U16).
	<p>Kompetencje społeczne (postawy)</p> <p>Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • ma świadomość odpowiedzialności za zachowanie i propagowanie dziedzictwa kulturowego Europy i krajów francuskojęzycznych, ma świadomość znaczenia tego dziedzictwa dla zrozumienia wydarzeń społecznych, kulturalnych i medialnych (K_K05), • uczestniczy w życiu kulturalnym korzystając z różnych mediów i rozumie potrzebę zachęcania innych do kontaktów z kulturą, myśli i działa w sposób przedsiębiorczy, krytycznie ocenia posiadaną wiedzę i ma zmysł krytyczny wobec informacji medialnych (K_K06).
<p>Kontakt</p> <p>joanna.jereczek-lipinska@ug.edu.pl</p>	