


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Podstawy i metody komunikowania społecznego - wykład		8.0.14169	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Instytut Skandynawistyki i Fennistyki			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Skandynawistyka	forma	stacjonarne
		moduł	media i społeczeństwo w krajach nordyckich
		specjalnościowy	
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Maja Chacińska, profesor uczelni; dr hab. Anna Lusińska, profesor uczelni; dr Dominika Bartnik-Świątek; mgr Tomasz Archutowski			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		2	
Wykład		Wykład:	
Sposób realizacji zajęć		30 godzin - aktywny udział w zajęciach;	
zajęcia w sali dydaktycznej		20 godzin - przygotowanie do kolokwium	
Liczba godzin		częstkwych.	
Wykład: 30 godz.		Razem: 50 godzin = 2 ECTS.	
Termin realizacji przedmiotu			
2024/2025 zimowy			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
- obowiązkowy		- angielski	
- fakultatywny (do wyboru)		- norweski	
		- polski	
		- szwedzki	
		- duński	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
Wykład z prezentacją multimedialną		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie na ocenę	
		Formy zaliczenia	
		- prowadzenie profilu na Instagramie	
		- ustalenie oceny zaliczeniowej na podstawie ocen cząstkowych	
		otrzymywanych w trakcie trwania semestru	
		- kolokwium	
		Podstawowe kryteria oceny	
		Student otrzymuje zaliczenie z oceną w semestrze 3 na podstawie:	
		<ul style="list-style-type: none"> • aktywności na zajęciach (uczestniczenie w wykładzie, wykonywanie ćwiczeń, czytanie literatury) , • oceny z kolokwium • aktywnego udziału w prowadzeniu kont mediów społecznościowych Instytutu Skandynawistyki i Fennistyki (media wskazane przez prowadzącego, na przykład Instagram) 	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			

zakładany efekt uczenia się	praca w grupach	dyskusja w grupach	kolokwia cząstkowe	przygotowanie prezentacji multimedialnej
Wiedza				
K_W04			+	
K_W06			+	
K_W09			+	
Umiejętności				
K_U04	+	+		+
Kompetencje społeczne				
K_K04	+	+		

Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

A. Wymagania formalne

Wybór specjalności *Media i społeczeństwo w krajach nordyckich*.

B. Wymagania wstępne

Podstawowa znajomość jednego z języków skandynawskich, znajomość języka angielskiego, chyba, że w szczególnych wypadkach prowadzący postanowi inaczej.

Cele kształcenia

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z historią i podstawowymi teoriami z zakresu komunikacji społecznej. Studenci uczą się również praktycznego zastosowania elementów teorii dotyczących komunikacji interpersonalnej, grupowej i masowej.

Treści programowe

Problematyka wykładu:

Historia nauki o komunikowaniu. Historia teorii komunikacji społecznej. Zakres i treść pojęcia „komunikacja społeczna”. Procesy komunikowania. Typy, metody i formy komunikowania. Modele komunikowania. Systemy komunikowania. Siedem tradycji w dziedzinie teorii komunikowania. Komunikacja interpersonalna: m.in. teoria niespełnionych oczekiwań, konstruktywizm, dialektyka relacji. Komunikacja w grupie: m.in. perspektywa funkcjonalna, adaptacyjna teoria strukturacji

Wykaz literatury

A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):

A.1. Literatura wykorzystywana podczas zajęć (prowadzący każdorazowo ustala listę lektur)

- Cooley, Ch., *The Theory of Transportation*, American Economic Association, 1894.
- Dimpleby, R., *More Than Words: An Introduction to Communication*, Routledge, Florence 1998, zasoby internetowe BUG, site.ebrary.com
- Dobek-Ostrowska, B. (red.), *Współczesne systemy komunikowania*, Wrocław, 1998.
- Fiske, J., *Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem*, Wrocław, 2008.
- Goban-Klas, T., *Media i komunikowanie masowe*, Warszawa 2006.
- Hartley, P., *Group Communication*, 1997, zasoby internetowe BUG, site.ebrary.com
- Golka M., *Bariery w komunikowaniu i społeczeństwo (dez)informacyjne*, Warszawa, 2008
- Hill, A., Rivers, D., Watson, J., *Key Themes in Interpersonal Communication : Culture, Identities and Performance*, 2008, zasoby internetowe BUG, site.ebrary.com
- Jowett G, Jarvie I., Fuller K., *Children and the Movies. Media Influence and the Payne Fund Controversy*, Cambridge University Press 2007.
- Lasswell, H., *The structure and function of communication in society*, New York: Institute for Religious and Social Studies, 1948.
- Tye, L. *The Father of Spin. Edward L. Bernays and the Birth of Public Relations*, Henry Holt and Company, 2002.
- Mattelart, A., Mattelart M., *Teorie komunikacji. Krótkie wprowadzenie*, PWN, Warszawa-Kraków, 2001.
- Nilsson B., Waldemarson A., *Kommunikation: samspel mellan människor*, Studentlitteratur AB, 1994.
- Park R., Burgess E., *Introduction to the Science of Sociology*, The University of Chicago, 1921.
- Rayudu, C.S., *Communication*, 2010, Zasoby internetowe BUG, ebrary.com
- Sikorski C., *Zachowania ludzi w organizacji*. PWN. Warszawa 1999.

Filmy:

- *Personal Influence: The Long Road to Decatur.*
- *The Century of the Self* (fragmenty)
- *Understanding Marshall McLuhan* (fragmenty)

A.2. studiowana samodzielnie przez studenta

Wybrane fragmenty lub rozdziały:

- Bernays E., *Propaganda*, New York 2005.
- Le Bon, G., *The Crowd: A Study of the Popular Mind*, Batoche Books, 2001.

- Cialdini R., Wywieranie wpływu na innych. Teoria i praktyka, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2001.
- Dobek-Ostrowska, B., Podstawy komunikowania społecznego, Wrocław, 2004.
- Goban – Klas T., Public relations czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania, Businessman Book, Warszawa 1997.
- Griffin E., Podstawy komunikacji społecznej. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne. Gdańsk, 2003.
- Hall E. T., Proksemika w kontekście krzyżowania się kultur, (w:) Ukryty wymiar, MUZA S.A., Warszawa 2001.
- Kwarcia B., Co trzeba wiedzieć o reklamie, Profesjonalnej Szkoły Biznesu, Kraków 1999.
- Lippman W., Public Opinion, Wading River, Long Island. 1921.
- McLuhan M., Zrozumieć media. Przedłużenie człowieka, Wydawnictwa Naukowo-Techniczne, Warszawa, 2004.
- Nęcki Z., Komunikacja międzyludzka, ANTYKWA, Kraków 2000.
- Thomson P., Sposoby komunikacji interpersonalnej, Zysk i S-ka, Poznań 1998.
- www.afirstlook.com

B. Literatura uzupełniająca

- Baney, J., Komunikacja interpersonalna, IPS Wydawnictwo, Warszawa 2009.
- Baran S.J., Teorie komunikowania masowego, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.
- Baran S.J., Self, symbols and society: an introduction to mass communication, Random House, New York, 1984.
- Berlo, D.K., The process of communication: an introduction to theory and practice., Holt, Rinehart and Winston, New York 1961.
- Michalczyk, S., Komunikowanie polityczne. Teoretyczne aspekty procesu, Katowice, 2005.
- Ociepka, B., Komunikowanie międzynarodowe, Wrocław, 1999.
- Dobek-Ostrowska, B., Wiszniewski, R., Teoria komunikowania publicznego i politycznego, Wrocław 2002.
- Turner, V., 2005, Gry społeczne, pola i metafory. Symboliczne działanie w społeczeństwie, Kraków.
- Warner T., Umiejętności w komunikowaniu się. Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 1999.

<p>Kierunkowe efekty uczenia się</p> <p>K_W04; K_W06; K_W09 K_U04 K_K04</p>	<p>Wiedza</p> <p>K_W04, K_W06, K_W09 Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • definiuje podstawowe pojęcia związane z komunikacją społeczną (K_W04), • identyfikuje podstawowe techniki public relations (K_W04), • identyfikuje zagadnienia związane z komunikacją grupową i interpersonalną (K_W06) • opisuje środki komunikowania masowego (K_W09), • wyjaśnia procesy związane z kształtowaniem i zmianą opinii (K_W09).
	<p>Umiejętności</p> <p>K_U04 Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • pracuje w zespole wykorzystując poznane metody pracy w grupie (K_K04), • kieruje pracą grupy (K_K04), • jest zorientowany na osiągnięcie celu (np. przygotowanie wspólnego projektu w grupie (K_U04),
	<p>Kompetencje społeczne (postawy)</p> <p>K_K04 Student:</p> <ul style="list-style-type: none"> • jest gotów do wypełnienia roli zawodowej filologa (K_K04).
<p>Kontakt</p> <p>maja.chacinska@ug.edu.pl</p>	