

Nazwa zajęć:	Komunikacja medialna	ECTS	1
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Media communication		
Zajęcia dla kierunku studiów:	Leśnictwo		

Język wykładowy:		Poziom studiów:	
Forma studiów:	☐ stacjonarne	Status zajęć:	☐ HS- zajęcia humanistyczno-społeczne ☐ do wyboru
		Numer semestru: ...7.....	☐ semestr zimowy
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		2019/2020	Numer katalogowy: WL-S1-S-07Z-56-2

Koordynator zajęć:			
Prowadzący zajęcia:			
Jednostka realizująca:			
Jednostka zlecająca:			
Założenia, cele i opis zajęć:	Wprowadzenie studentów w problematykę komunikacji medialnej; przyswojenie przez studentów korpusu pojęć z zakresu komunikologii; umiejętność wykorzystania ww. pojęć w dalszym kształceniu, np. na studiach II st.; wyposażenie studentów w narzędzia umożliwiające skuteczne komunikowanie się w środowisku społecznym za pomocą różnych mediów. Celem jest: przekazanie wiedzy z zakresu komunikowania w mediach i za pomocą mediów, komunikowania masowego; kształtowanie umiejętności przekazywania informacji; kształtowanie umiejętności skutecznego porozumiewania się w różnych sytuacjach społecznych za pomocą mediów i w mediach. Definicje i modele procesu komunikowania w środowisku hiper medialnym. Charakterystyka rodzajów mediów w kontekście ich skuteczności dla komunikowania się różnych grup nadawców i odbiorców. Rodzaje sytuacji komunikacyjnych i typów komunikowania (komunikowanie informacyjne i perswazyjne). Czteroskładnikowy model informacji oraz forma i treść informacyjna przekazów umieszczanych w różnych mediach. Podstawy komunikowania w grupie i organizacji – wykorzystanie mediów w komunikacji wewnętrznej organizacji. Sztuka występów publicznych; perswazja, nakłanianie, erystyka – kontekst wykorzystania i funkcjonowania w mediach. Podstawy komunikacji masowej i rola w niej Internetu. Relacje z mediami – studium przypadków. Zasady udzielania wywiadu. Kreowanie wizerunku: osobistego; organizacji; grupy społecznej lub zawodowej.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a)wykład.....; liczba godzin .10...; b) zajęcia seminaryjne; liczba godzin .10...;		
Metody dydaktyczne:	Wykład audytoryjny; analiza przypadku; dyskusja, analiza i interpretacja prezentacji i tekstów źródłowych oraz filmów; laboratorium komunikacji.		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Student posiada podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania w społeczeństwie i różnych formach organizacji społecznych		
Efekty uczenia się:	Wiedza: 1 - Posiada wiedzę oraz rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania społecznego w środowisku medialnym. 2 - Zna zasady i formy występów publicznych oraz sposoby i techniki ich prowadzenia.	Umiejętności: 1 - Potrafi przygotować i przeprowadzić dyskusję oraz używać do ich prowadzenia różnych mediów. 2 - Potrafi zorganizować konferencje prasową i zrelacjonować ją w mediach.	Kompetencje: 1 - Jest gotów do kultywowania i upowszechnia wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim wykorzystując do tego media. Jest gotów odpowiedzialności społecznej, zawodowej i etycznej za kształtowanie i stan środowiska naturalnego oraz w stosunku do różnych grup społecznych wykorzystując do tego media. 2 - Jest gotów do odpowiedniego określenia priorytetów służących realizacji zadań określonych przez siebie i innych oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego wykorzystując do tego media. Jest gotów do zrozumienia zachowań ludzkich oraz działania w sytuacjach kryzysowych wykorzystując do komunikacji różne media.

Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień i prezentacji przygotowanych przez studentów wykonanych w ramach pracy własnej i grupowej.
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	Prezentacje przygotowane przez studentów przygotowane w ramach pracy własnej wraz z ich oceną
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	Ocena prezentacji -80%; ocena aktywności na zajęciach – 20%
Miejsce realizacji zajęć:	Sala audytoryjna zaopatrzona w multimedia i dostęp do Internetu.
Literatura podstawowa i uzupełniająca: B. Dobek-Ostrowska, Podstawy komunikowania społecznego*, B. Dobek-Ostrowska, Wprowadzenie do zagadnień komunikacji społecznej, T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe, M. Chutnik, Szok kulturowy. Przyczyny, konsekwencje, przeciwdziałanie Literatura uzupełniająca: J. Eicher, Sztuka komunikowania się, S. P. Morreale i in., Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza i umiejętności, J. Wasilewski, Retoryka dominacji, R. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, E. Aronson, Człowiek – istota społeczna, D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, M. Sokołowski (red.), Media a komunikowanie polityczne P. Francuz, S. Jędrzejewski (red.), Nowe media i komunikowanie wizualne Wojcik K.: Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem. Agencja Wydawnicza PLACET, Warszawa 2005	
UWAGI	

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	30.... h
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	0,7 ECTS

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:

kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza -	Posiada wiedzę oraz rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania społecznego w środowisku medialnym.	KW_01; KW_15; KW_17; KW_18;	2
Wiedza -	Zna zasady i formy wystąpień publicznych oraz sposoby i techniki ich prowadzenia.	KW_01; KW_15; KW_17; KW_18;	2
Umiejętności -	Potrafi komunikować się z otoczeniem posługując się specjalistyczną terminologią z zakresu leśnictwa.	KU_02; KU_16; KU_21; KU_22; KU_24; KU_25	3
Umiejętności -	Potrafi wziąć aktywny udział w debacie na tematy związane z leśnictwem w różnych środowiskach, przedstawiając i oceniając różne opinie i stanowiska wykorzystując do tego różne media.	KU_02; KU_16; KU_21; KU_22; KU_24; KU_25	3
Kompetencje -	Jest gotów do kultywowania i upowszechnia wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim wykorzystując do tego media. Jest gotów do odpowiedzialności społecznej, zawodowej i etycznej za kształtowanie i stan środowiska naturalnego oraz w stosunku do różnych grup społecznych wykorzystując do tego media.	KK_01; KK_04; KK_06; KK_07;	2
Kompetencje -	Jest gotów do odpowiedniego określenia priorytetów służących realizacji zadań określonych przez siebie i innych oraz inicjowania działań na rzecz interesu publicznego wykorzystując do tego media. Jest gotów do zrozumienia zachowań ludzkich oraz działania w sytuacjach kryzysowych wykorzystując do komunikacji różne media.	KK_01; KK_04; KK_06; KK_07;	2

*)

3 – zaawansowany i szczegółowy,

2 – znaczący,

1 – podstawowy,