

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu w języku polskim: KOMUNIKACJA SPOŁECZNA							Kod przedmiotu: KNS/Z-IP/O/08		
Nazwa przedmiotu w języku angielskim: SOCIAL COMMUNICATION									
Kierunek studiów: ZARZĄDZANIE			Profil: praktyczny				Poziom studiów: I stopień		
Specjalność/specjalizacja: -			Forma zaliczenia przedmiotu: zaliczenie na ocenę				Semestr studiów: 1		
Nazwa grupy zajęć: zajęcia ogólne			Język w jakim prowadzone są zajęcia: polski						
Tryb studiów	Forma zajęć							Ogólna liczba godzin	Liczba punktów ECTS:
	W	Ćw.	Konw.	Lab.	Proj.	Sem.	Zajęcia terenowe		
Tryb stacjonarny	-	-	30	-	-	-	-	30	
Tryb niestacjonarny	-	-	15	-	-	-	-	15	
Jednostka realizująca przedmiot, wydział: Kolegium Nauk Społecznych									
Odpowiedzialny za opracowanie karty przedmiotu (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko, adres e-mail): dr Jacek Skorus, jskorus@wszop.edu.pl									
CEL PRZEDMIOTU									
C1.	Zapoznanie studentów z podstawową wiedzą dotyczącą komunikacji społecznej, funkcjonowaniem mediów masowych i społecznościowych.								
C2.	Nabycie przez studentów umiejętności komunikacji z mediami i wewnątrz organizacji w sytuacji kryzysowej, przygotowania krótkich komunikatów i wystąpień medialnych.								
C3.	Zapoznanie studentów z funkcjami przekazów medialnych, formami public relations, marketingu, reklamy, promocji.								
WYMAGANIA WSTĘPNE									
1.	Podstawowa wiedza z zakresu psychologii.								

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ		METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO:	
			TREŚCI PROGRAMOWYCH	KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
EU1	Student posiada uporządkowaną wiedzę na temat komunikacji społecznej i jej różnych form, zna znaczenie nowoczesnych środków komunikacji (w tym mediów społecznościowych) oraz zagrożenia wynikające z ich stosowania.	prezentacja	K1-K10	ZI K_W 01
EU2	Student potrafi skutecznie komunikować się z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym organizacji, przygotowywać krótkie formy komunikatów prasowych i wystąpień publicznych oraz stosować podstawowe strategie public relations i media relations.	prezentacja	K1-K10	ZI K_U 01
EU3	Student jest świadomy znaczenia odpowiedzialnej i etycznej komunikacji, potrafi prawidłowo identyfikować rodzaje kryzysów, dostrzegać rolę komunikacji między uczestnikami tych sytuacji oraz jest gotów do stosowania zasad dialogu i współpracy w środowisku zawodowym	prezentacja	K1-K10	ZI K_U 10

TREŚCI PROGRAMOWE

L.p.	KONWERSATORIUM	Liczba godzin	
		S	N
K1	Ogólne informacje o przedmiocie zajęć, warunkach i formach zaliczenia. Podstawowe pojęcia - komunikacja społeczna, cechy, kontekst kulturowy współczesnej komunikacji masowej. Historia komunikacji masowej. Podstawowe definicje i cechy komunikowania. Komunikowanie jako proces społeczny. Modele komunikowania społecznego, rola mediów masowych.	3	1,5
K2	Cechy i modele komunikowania – od interpersonalnego, poprzez grupowe, organizacyjne, publiczne do masowego. Komunikowanie masowe – media masowe. Typy i modele komunikacji masowej. Modele mediów masowych. Reklama a public relations jako formy komunikacji perswazyjnej. Media masowe a kultura masowa. Komunikowanie polityczne – między perswazją, agitacją a propagandą.	3	1,5
K3	Język a komunikacja. Retoryka i jej rola w komunikacji. Język, kod, rodzaje znaków (semiotyka i semantyka): językowe, ikonizacyjne, indeksowe, symboliczne. Znak a znaczenie, sens a tekst. Wpływ języka na rzeczywistość – komunikacja perswazyjna i jej formy (reklama, public relations, propaganda i manipulacja). Komunikowanie się publiczne w organizacji. Główne cechy dobrego wystąpienia publicznego. Organizacja zebrań. Typy i funkcje zebrań. Przygotowanie zebrania. Funkcje animatora zebrania. Narzędzia prowadzenia zebrania.	3	1,5
K4	Digitalizacja przestrzeni i form komunikowania. „Nowe media” i ich język – model L. Manovich. Od druku do cyfry – jak środki techniczne wpływały na treści komunikacji. Media społecznościowe i ich formy – blogi, vlogi, memy, Facebook, Twitter, Instagram i skutki ich powstania. Kultura chwili i ekshibicjonizmu medialnego.	3	1,5

K5	Informacja – definicje, cechy, modele (odwrócona piramida, trójkąt dramaturgiczny Karpmana, model toposów H. Ranka). Nośniki informacji – od głosu, znaku, pisma, obrazu do komunikacji sieciowej. Informacja jako wartość – sposoby ewaluacji informacji (wektory J. Galtunga/M.H. Ruge, ramowanie, agenda setting, gatekeeping). Przygotowywanie komunikatów – „Kluczowe przesłanie”, brief, bridging i framing. Kultura newsów – od BBC-owskich standardów po politinfotainment.	3	1,5
K6	Komunikowanie interpersonalne - komunikowanie werbalne i niewerbalne (model A. Mehrabiana). Kanały komunikacyjne – formalne i nieformalne. Modele komunikowania interpersonalnego i ich rola w organizacji. Od modelu liniowego poprzez model systemowo-pragmatyczny szkoły Palo Alto po teorię wpływu/perswazji R. Petty’ego i J. Cacioppo. Istota komunikowania się w organizacji. Pojęcie systemu komunikowania organizacyjnego. Komunikowanie się w zarządzaniu – komunikowanie się a realizacja funkcji zarządzania . Wymiary/kierunki komunikowania się w organizacji: pionowe, horyzontalne i diagonalne. Metody komunikacji wewnętrznej w organizacji. Czynniki warunkujące sprawne komunikowanie się w organizacji.	3	1,5
K7	Elementy procesu komunikowania – nadawca, komunikat, kanał, kod, szum, feedback. Schematy komunikacji – teoria informacji i teoria sygnału. Modele cybernetyczne, społeczne, kulturowe i językowe procesu komunikowania (Lasswella, Weicka, Hovlanda, Shannona, Weavera, Jakobsona i inne).	3	1,5
K8	Retoryka obrazu R. Barthes’a i jej znaczenie dla rozumienia przekazów reklamowych. Moduł informacyjny w telewizji. Zmiana paradygmatu komunikacyjnego – od biernego odbiorcy poprzez prosumenta po twórcę przekazów. Native media, Native video, native journalism. Konwergencja mediów. Mechanizmy kreacji rzeczywistości w nowych mediach – fake news, trolling, black information.	3	1,5
K9	Obraz i jego rola we współczesnej komunikacji. Siła perswazyjna mediów „obrazkowych” - telewizji i Internetu. Perswazyjność mediów masowych. Mechanizmy pokazywania rzeczywistości w telewizji – rola montażu, kompozycji, konstrukcji różnych form i gatunków.	3	1,5
K10	PR a dziennikarstwo (elementy wspólne i odmienne). Podstawowe formy komunikatów medialnych. Konferencja prasowa. Podstawy prawne i zwyczajowe współpracy z mediami. Skutki braku/złych relacji z mediami, błędy w kontaktach z dziennikarzami. Ustalanie celów komunikacyjnych oraz odbiorców komunikatów. Budowanie strategii komunikacji z mediami spójnej ze strategią wewnętrzną i zewnętrzną oraz strategią marketingową organizacji. Monitoring mediów, biuro prasowe, rola i zadania rzecznika w komunikacji .	3	1,5
RAZEM		30	15

FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA KONWERSATORIUM: prezentacja - ocena jakościowa

METODY I FORMY DYDAKTYCZNE

1.	wykład konwersatoryjny
2.	dyskusja
3.	studium przypadków
4.	filmy
5.	praca z tekstem

NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

1.	prezentacja multimedialna
2.	internetowe źródła informacji

OPROGRAMOWANIE

1.	MS Powerpoint
----	---------------

OBCIĄŻENIE STUDENTA PRACĄ

Forma aktywności		Liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		tryb stacjonarny	tryb niestacjonarny
1.	godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim	30	15
2.	samodzielne przygotowanie się do zajęć	20	20

3.	przygotowanie do zaliczenia/egzaminu	10	18
4.	konsultacje	2	2
5.	zapoznanie się z literaturą	13	20
6.	zaliczenie/egzamin		-
SUMA GODZIN		75	75
LICZBA PUNKTÓW ECTS		3	3

LITERATURA PODSTAWOWA

1.	Kita M., <i>Język w internecie</i> , Wyd. Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016
2.	Morreale S. P., Spitzberg B. H., Barge J. K.: <i>Komunikacja między ludźmi</i> . PWN 2015
3.	Szczęsna E., <i>Przekaz digitalny. Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji</i> , Towarzystwo Autorów i Wydawców Prac Naukowych Universitas, Kraków 2015
4.	McQuail D., <i>Teoria komunikowania masowego</i> . PWN 2008

LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA I ŹRÓDŁA PRAWA

1.	Stawnicka J., Biel D.: <i>Komunikacja w sytuacjach kryzysowych</i> . Katowice 2011
2.	Samovar L.A., <i>Intercultural communication</i> , Wadsworth Cengage Learning, Boston 2012
3.	Golinowski J., <i>Dyskurs publiczny w praktykach społecznej konstatacji</i> , Wyd. Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego, Bydgoszcz 2014
4.	Kreft J. L.: <i>Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami</i> . Kraków 2015
5.	Fiske J.: <i>Wprowadzenie do badań nad komunikowaniem</i> . ASTRUM 2003

INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE:

1.	PLATFORMA MOODLE zawiera: ▪ materiały dydaktyczne do przedmiotu ▪ przedmiotowe efekty uczenia się ▪ zalecaną literaturę ▪ warunki i kryteria zaliczenia przedmiotu
2.	BIBLIOTEKA WSZOP zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej, w tym dostęp do zbiorów cyfrowych i Platformy IBUK Libra
3.	ELEKTRONICZNY NIEZBĘDNIK STUDENTA zawiera: ▪ kierunkowe efekty uczenia się ▪ karty przedmiotów ▪ terminy konsultacji nauczycieli akademickich
4.	WIRTUALNY DZIEKANAT zawiera: ▪ harmonogram zajęć na bieżący semestr ▪ harmonogram sesji egzaminacyjnej ▪ ogłoszenia dotyczące organizacji roku akademickiego
5.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny jakościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ w pełni – ocena bardzo dobry ▪ z niewielkimi niedociągnięciami – ocena dobry plus ▪ z brakami, które można uzupełnić – ocena dobry ▪ z istotnymi brakami, które można uzupełnić – ocena dostateczny plus ▪ z istotnymi brakami na minimalnym poziomie – ocena dostateczny lub ▪ nie zostały osiągnięte – ocena niedostateczny.
6.	Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny ilościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte: ▪ 91-100% sumy – ocena bardzo dobry ▪ 81-90% – ocena dobry plus ▪ 71-80% – ocena dobry ▪ 61-70% – ocena dostateczny plus ▪ 51-60% – ocena dostateczny lub ▪ 50% i mniej – ocena niedostateczny.
7.	Terminy egzaminów uzgadnia starosta roku z prowadzącym zajęcia
8.	Karta przedmiotu obowiązuje od roku akademickiego 2024/25