

Dziennikarstwo i komunikacja społeczna

ROZKŁAD ZAJĘĆ STUDIÓW STACJONARNYCH I R./1 STOPNIA

SEMESTR LETNI 2023/2024

godz.:	8.00 – 9.00	9.00 – 10.00	10.00 – 11.00	11.00 – 12.00	12.00 – 13.00	13.00 – 14.00	14.00 – 15.00	15.00 – 16.00	16.00 – 17.00	17.00 – 18.00	18.00 – 19.00	19.00 – 20.00	
Poniedziałek	J. niemiecki mgr Z. Orlof s. 101 Język francuski mgr I. Bobko s. 124		Język angielski mgr A. Jasińska-Micał 124		Język angielski mgr A. Jasińska-Micał 124 *I/II Kultura języka dr M. Kulakowska (ćw) s.127		1. Krytyka teatralna i filmowa dr M. Zatorska (ćw.) s.102 III Kultura języka dr M. Kulakowska s. 127 (ćw) tydz.A		WF kobiety 1 (ul.Kasprowicza) WF kobiety 2 (ul.Kasprowicza)				
Wtorek	1,2. Wprowadzenie do infobrokeringu (wykład) dr J. Czopek tydz. A s. 33 A3 III/I Analiza dyskursu medialnego (ćw.) dr J. Majchrowska s.124		*II Analiza dyskursu medialnego (ćw.) dr J. Majchrowska tydz. A s.120		I,II,III. Klasyczne podstawy retoryki współczesnej (W) dr hab. M. Patro-Kucab, prof. UR s. 33 A3		I. Klasyczne podstawy retoryki współczesnej dr hab. M. Patro-Kucab, prof. UR (ćw) s. 33 A3 2. Krytyka teatralna i filmowa dr M. Zatorska (ćw.) s.102		3. Etykieta biznesu (savoir vivre) dr hab. M. Patro-Kucab, prof. UR (ćw) s.110		1/2 Dziennikarstwo polityczne i ekonomiczne (dziennikarstwo prasowe) (ćw) mgr K. Lech s. 126		a Media regionalne i lokalne (kon) mgr K. Lech s. 110 tydz. A
Środa	1, 2,3 Komunikacja interpersonalna z technikami negocjacji (w) dr hab. B. Taras, prof. UR tydz.A s. 49 A1		I/II Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych dr M. Żmuda (ćw.) s.126 III. Klasyczne podstawy retoryki współczesnej dr hab. R. Magryś (ćw.) s. 118		III Projektowanie komunikacji w mediach cyfrowych dr M. Żmuda tydz. A (ćw.) s.126 II. Klasyczne podstawy retoryki współczesnej dr hab.R. Magryś, prof. UR (ćw) s. 118		b Kultura regionu dr D. Hejda s. 110 tydz. A		I, ½ II Historia mediów i komunikacji w XIX w. (ćw.) dr hab. M. Chrostek s.124		½ II, III Historia mediów i komunikacji w XIX w. (ćw.) dr hab. M. Chrostek s.124		
Czwartek	3. Sztuka w przekazie reklamowym (w) mgr R. Podsołbiński s.110 tydz. B				1, ½ 2 Komunikacja interpersonalna (ćw) dr G. E. Błachowicz-Wolny s.137 tydz. A ½ 2,3 Komunikacja interpersonalna (ćw) dr G. E. Błachowicz-Wolny s.137 tydz. B		I,II,III Systemy medialne na świecie (wykład) dr J. Kinal s.33 A3						
Piątek	3. Pracownia form reklamowych (w) dr R. Słabczyński S. 127 tydz. A		1,2. Media relations i współpraca z instytucjami (w/ćw) dr J. Trzaska-Wieczorek s.110 3 Pracownia form reklamowych (ćw) dr R. Słabczyński s.9 A3		3. Podstawy komunikacji marketingowej (w) dr J. Trzaska-Wieczorek s.33 A3		2. Język wypowiedzi dziennikarskiej (ćw) mgr R. Adamski s.137		1. Język wypowiedzi dziennikarskiej (ćw) mgr R. Adamski s.137				
Godz.:	8.00 – 9.00	9.00 – 10.00	10.00 – 11.00	11.00 – 12.00	12.00 – 13.00	13.00 – 14.00	14.00 – 15.00	15.00 – 16.00	16.00 – 17.00	17.00 – 18.00	18.00 – 19.00	19.00 – 20.00	

Legenda: gr. 1, 2, I, II - specj. media i broker informacji; gr. 3, III - specj. Reklama, concierge i PR

obowiązkowo zalicza jeden przedmiot)

grupy audytoryjne: 1 ½ 2 I ½ II

½ 2,3 ½ II, III

/ - grupy na zmianę; (w) - wykład; (ćw) – ćwiczenia a,b- przedmiot do wyboru (student/ka