

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2021-2024

Rok akademicki 2023/2024

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	INSTYTUCJE OTOCZENIA MEDIÓW
Kod przedmiotu*	II C15
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytutu Polonistyki i Dziennikarstwa UR
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Studia I st.
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	Rok III semestr 6
Rodzaj przedmiotu	specjalnościowy
Język wykładowy	polski
Koordinator	dr Jarosław Kinal (członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS)
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Jarosław Kinal (autor programu)

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
6	-	15		-	-	-	-	-	2

1.2. Sposób realizacji zajęć

Zajęcia w formie stacjonarnej oraz realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (zajęcia prowadzone są w formie zdalnej, jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów).

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu

ZALICZENIE Z OCENĄ

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

Student posiada podstawową wiedzę w zakresie systemów medialnych

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE**3.1 Cele przedmiotu**

C ₁	Przygotowanie do analizy i oceny realizowanych w instytucji działań komunikacyjnych.
C ₂	Przygotowanie do samodzielnego tworzenia strategii współpracy międzyinstytucjonalnej.
C ₃	Pozyskanie wiedzy dotyczącej instytucji poza redakcyjnych w systemie medialnym.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Zna aparat pojęciowy i narzędzia związane z dziennikarstwem i PR	K_Wo5, K_Wo9
EK_02	Posługuje się terminami właściwymi dla MR i PR	K_Uo1
EK_03	Umie zaplanować i przeprowadzić analizę kompetencyjną instytucji	K_Uo1
EK_04	Student potrafi skonstruować narzędzia komunikacji sprofilowane pod kątem konkretnych rodzajów firm okołomediálních	K_Uo1
EK_05	Samodzielnie poszukuje propozycji rozwiązań sytuacji kryzysowych, bazując na sytuacjach symulowanych podczas zajęć	K_Ko3

3.3. Treści programowe

- A. Problematyka wykładu
- B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych i zajęć praktycznych

A. Treści merytoryczne
Agencje prasowe. Typy, klasyfikacje funkcje
Firmy produkcji filmowej. Charakterystyka działania
Domy mediowe jako element rynku PR
Firmy fonograficzne
Organizacje ochrony praw autorskich w Polsce i w UE
Think tanki i organizacje lobbystyczne
Firmy badań społecznych jako organizacje źródłowe

3.4. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia: Analiza studiów przypadku, burza mózgów, mapa kompetencyjna

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych
EK_01	TEST	ĆWICZENIA
EK_02	TEST	ĆWICZENIA
EK_03	TEST	ĆWICZENIA
EK_04	TEST	ĆWICZENIA
EK_05	TEST	ĆWICZENIA

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

<p>Testu jednokrotnego wyboru. Skala ocen:</p> <p>Na ocenę 2 - 0 – 50% poprawnych odpowiedzi</p> <p>Na ocenę 3 - 51 – 70% poprawnych odpowiedzi</p> <p>Na ocenę 4 - 71 – 89% poprawnych odpowiedzi</p> <p>Na ocenę 5 90 – 100% poprawnych odpowiedzi</p>
--

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach on-line)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, kolokwium, realizacja projektu, analiza zadanych casestudies)	35
SUMA GODZIN	55
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

** Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	Nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	Nie dotyczy

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

W. Sonczyk, Media w Polsce, Warszawa 1999

- A. ADAMSKI, MEDIA W ANALOGOWYM I CYFROWYM ŚWIECIE, WARSZAWA 2012
- A. ADAMSKI, OD KONWERCENCJI DO DEKONSTRUKCJI? OBECNE PRZEMIANY WŁASNOŚCIOWE W GRUPIE ITI A WCZEŚNIEJSZA STRATEGIA FIRMY, W: KACZMARCZYK M., ROTT D. (RED.), MEDIA W GOSPODARCE I SPOŁECZEŃSTWIE. WYZWANIA ERY KONWERCENCJI, PRAGA 2012, S. 121-130, ISBN 978-80-905177-7-6.
- Kowalski T., Jung B., Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów, Warszawa 2006.

Literatura uzupełniająca:

- Kaczmarek-Śliwińska M., Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2011

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej