

1. Field of study	Media Cultures
2. Faculty	Faculty of Humanities
3. Academic year of entry	2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term), 2023/2024 (winter term), 2024/2025 (winter term)
4. Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5. Degree profile	general academic
6. Mode of study	full-time

Module: Verbal and Gestural Media Communication

Module code: 02-M02S-14-15aK

1. Number of the ECTS credits: 2

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
15aK_K01	ma świadomość ważności metodologicznej refleksji nad komunikacją językową; pogłębia świadomość językową, poszerza kompetencję językową, komunikacyjną, socjalną, pragmatyczną i dyskursywną	02-MO2SN-14_U13	5
15aK_K04	dostrzega i analizuje konteksty niezbędne do interpretacji zachowań komunikacyjnych	02-MO2SN-14_K01	5
15aK_U02	posiada pogłębione umiejętności badawcze, do badania stosuje metodologię komunikacji niewerbalnej i interpretuje poszczególne zachowania nadawców i odbiorców komunikatów; w interpretacji aktu komunikacji przywołuje kontekst społeczny, psychologiczny i kulturowy; dostrzega wpływ kontekstu i sytuacji na zachowania interlokutorów	02-MO2SN-14_U02	5
15aK_U05	posiada umiejętność analizy różnych zachowań komunikacyjnych i językowych; analizuje wystąpienia, w których stosuje się różne odmiany językowe; odróżnia akty mowy, rozpoznaje implikatury konwersacyjne i analizuje skuteczność ich zastosowania; bada i interpretuje zastosowanie etykiety językowej, dostrzega różnice kulturowe w stosowaniu etykiety	02-MO2SN-14_U05	5
15aK_U07	posiada umiejętność formułowania opinii krytycznych na temat komunikacji werbalnej i niewerbalnej, w tym zna podstawowe zasady wartości i wartościowania stosowane w wypowiedzi; bada i interpretuje standardy kulturowe oraz stereotypy wykorzystane w komunikacji językowej; opisuje i wyjaśnia zachowania interlokutorów w komunikatach reklamowych i propagandowych	02-MO2SN-14_K04	5
15aK_W01	ma pogłębioną wiedzę przedmiotową i metodologiczną z zakresu komunikacji językowej i niejęzykowej	02-MO2SN-14_W01	5
15aK_W03		02-MO2SN-14_W03	5
15aK_W05	potrafi integrować wiedzę z zakresu komunikacji, kultury i językoznawstwa	02-MO2SN-14_W05	5

15aK_W06	zna literaturę naukową dotyczącą współczesnej komunikacji językowej i związane z nią problemy; ma pogłębioną wiedzę na temat zachowań niewerbalnych i zasad ich stosowania	02-MO2SN-14_W06	5
15aK_W07	zna zasady stosowania kodu werbalnego i niewerbalnego w reklamie	02-MO2SN-14_W07	5

3. Module description

Description	Moduł Słowo i gest w komunikacji medialnej daje studentowi podstawowe wiadomości z zakresu komunikacji językowej i zachowań niewerbalnych w mediach. Student analizuje modele komunikacji językowej. Główny nacisk położono na pragmatykę i użycie języka w mediach, reklamie, propagandzie i polityce. Student analizuje różne odmiany języka zastosowane w tekstach. Zna akty mowy i ich funkcje. Zapoznaje się z etykietą językową i kulturowymi zasadami komunikacji niewerbalnej ze szczególnym uwzględnieniem klasyfikacji Ekmana i Friesena, Scherera i Walbotta, Knappa i J. Burgoon. Poznaje podstawowe zasady metodologii badań nad zachowaniami niewerbalnymi.
Prerequisites	Znajomość podstawowych zjawisk kulturowych i komunikacyjnych oraz związanych z nimi pojęć.

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
02-MO2SN-14-w_o	obserwacja weryfikująca	ocena postaw i kompetencji	15aK_K01, 15aK_K04, 15aK_U02, 15aK_W05, 15aK_W07
02-MO2SN-14-w_pm	prezentacja multimedialna	sprawdzenie wiedzy, umiejętności i kompetencji	15aK_U05, 15aK_U07, 15aK_W01, 15aK_W03, 15aK_W06, 15aK_W07

5. Forms of teaching

code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
02-MO2S-14-f_l	laboratory classes	praca z tekstami teoretycznymi, interpretacja zachowań językowych i niejęzykowych ze względu na ich efekty i skuteczność, analiza wybranych zachowań werbalnych i niewerbalnych w mediach i komunikacji interpersonalnej	15	studiowanie tekstów teoretycznych, przygotowanie pokazów zachowań niewerbalnych, interpretacja zachowań werbalnych w mediach, reklamie, polityce	45	02-MO2SN-14-w_o, 02-MO2SN-14-w_pm