

1.	Nazwa kierunku	doradztwo i infobrokerstwo historyczne
2.	Cykl rozpoczęcia	2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Podstawy komunikacji społecznej i medialnej

Kod modułu: 05-IDH-S1-026

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
05-IDH-S1-026_1	Posiada świadomość kompleksowej natury języka, jego ewolucji i znaczeń, niezbędnych dla właściwego odczytywania pozyskiwanych komunikatów	IDH1A_W09	4
05-IDH-S1-026_2	Posiada umiejętność budowania samodzielnej wypowiedzi (także z wykorzystaniem tzw. nowych mediów), w której wykorzystuje pozyskane informacje, merytoryczne argumenty (także opinie innych autorów) i formułuje samodzielne wnioski	IDH1A_U06	3
05-IDH-S1-026_3	Potrafi porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych oraz metod i technik komunikowania się (w języku polskim i obcym).	IDH1A_U07	5
05-IDH-S1-026_4	Potrafi uczestniczyć w życiu kulturalnym i popularyzatorskim, wykorzystując różne kanały komunikacji (także poprzez tzw. nowe media).	IDH1A_K06	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem realizacji modułu pozostaje m.in. zapoznanie studentów z różnorodnymi teoriami wyjaśniającymi procesy komunikacyjne zachodzące w różnych układach i przestrzeniach życia; ukształtowanie umiejętności formułowania i interpretowania odpowiednich przekazów (w tym z wykorzystaniem tzw. nowych mediów); zwrócenie uwagi na rangę procesów komunikacyjnych z wykorzystaniem ITC oraz doskonalenie kompetencji komunikacyjnych. Wśród poruszanych zagadnień znajdują się m.in.: definicje i konstrukcja procesu komunikowania; koncepcje teoretyczne dotyczące komunikacji społecznej; modele i założenia dotyczące komunikacji społecznej (interpersonalnej, grupowej, masowej – media, międzykulturowej); społeczeństwo sieci; świat reprezentowany w mediach, reklama jako przykład masowego przekazu perswazyjnego; determinanty skuteczności przekazu reklamowego; zachowania komunikacyjne w marketingu; zasady budowania przekazu perswazyjnego w działalności społecznej i edukacyjnej.
Wymagania wstępne	Wiedza z zakresu szkoły gimnazjalnej oraz ponadgimnazjalnej (z wiedzy o społeczeństwie).

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
05-IDH-S1-026_w_1	Test	Pomiar będzie zawierał różne typy zadań (otwarte i zamknięte), weryfikując zarówno wiedzę, jak i umiejętności i kompetencje społeczne	05-IDH-S1-026_1, 05-IDH-S1-026_2, 05-IDH-S1-026_3, 05-IDH-S1-026_4
05-IDH-S1-026_w_2	Odpowiedź ustna / inna praca pisemna	Przygotowanie pracy pisemnej (odpowiedzi ustnej) ma na celu weryfikację podstawowej wiedzy z zakresu wiedzy o komunikacji społecznej i medialnej oraz umiejętności interpersonalnych.	05-IDH-S1-026_1, 05-IDH-S1-026_2, 05-IDH-S1-026_3, 05-IDH-S1-026_4

5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
05-IDH-S1-026_fs_1	ćwiczenia	Zajęcia z wykorzystaniem metod poszukujących (m.in. dyskusji, pracy pod kierunkiem)	20	Praca z literaturą	40	05-IDH-S1-026_w_1