

1.	Nazwa kierunku	kultury mediów
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Słowo i gest w komunikacji medialnej

Kod modułu: 02-M02S-14-15aK

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 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_K01	5
15aK_K04	dostrzega i analizuje konteksty niezbędne do interpretacji zachowań komunikacyjnych	02-MO2SN-14_K04	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_U07	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. Opis modułu	
Opis	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. Burgon. Poznaje podstawowe zasady metodologii badań nad zachowaniami niewerbalnymi.
Wymagania wstępne	Znajomość podstawowych zjawisk kulturowych i komunikacyjnych oraz związanych z nimi pojęć.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
02-MO2SN-14-w_d	dyskusja/debata sprawdzająca	sprawdzenie umiejętności i kompetencji	15aK_U02, 15aK_U05, 15aK_U07, 15aK_W05, 15aK_W07
02-MO2SN-14-w_o	obserwacja weryfikująca	ocena postaw i kompetencji	15aK_K01, 15aK_K04, 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. 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	
02-MO2S-14-f_I	laboratorium	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	30	studiowanie teksów teoretycznych, przygotowanie pokazów zachowań niewerbalnych, interpretacja zachowań werbalnych w mediach, reklamie, polityce	80	02-MO2SN-14-w_d, 02-MO2SN-14-w_o, 02-MO2SN-14-w_pm