

|    |                           |                                                                                                                                                                        |
|----|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. | Nazwa kierunku            | polityki miejskie i doradztwo publiczne                                                                                                                                |
| 2. | Wydział                   | Wydział Nauk Społecznych                                                                                                                                               |
| 3. | Cykl rozpoczęcia          | 2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy), 2023/2024 (semestr zimowy), 2024/2025 (semestr zimowy) |
| 4. | Poziom kształcenia        | studia drugiego stopnia                                                                                                                                                |
| 5. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki                                                                                                                                                       |
| 6. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna                                                                                                                                                            |

**Moduł kształcenia:** Moduł specjalizacyjny DP-2

**Kod modułu:** 05-S2-PD-MS\_DP2

**1. Liczba punktów ECTS:** 4

| 2. Zakładane efekty uczenia się modułu |                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                             |                                |
|----------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| kod                                    | opis                                                                                                                                                                                                                                                                                               | efekty uczenia się kierunku | stopień realizacji (skala 1-5) |
| S2_MS_DP2_1                            | Student jest przygotowany do aktywnego uczestnictwa w grupach, instytucjach i organizacjach realizujących działania komunikacyjne i zdolny do skutecznej komunikacji z osobami będącymi i niebędącymi specjalistami w danej dziedzinie; wykazuje kreatywne i krytyczne podejście do tych procesów. | S2_PD_KO_2<br>S2_PD_KO_3    | 4<br>2                         |
| S2_MS_DP2_2                            | Słuchacz jest przygotowany do aktywnego projektowania i wykonywania działań komunikacyjnych w dobie wzrastającej roli procesów komunikacji w życiu społecznym.                                                                                                                                     | S2_PD_KK_5<br>S2_PD_KO_1    | 4<br>3                         |
| S2_MS_DP2_3                            | Student potrafi wykorzystywać poszerzoną wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o mediach i o polityce oraz powiązanych z nimi dyscyplin naukowych w celu analizowania, interpretowania procesów komunikacyjnych z wykorzystaniem terminologii i paradygmatów właściwych tym naukom.                    | S2_PD_UW_1                  | 3                              |
| S2_MS_DP2_4                            | Student potrafi posługiwać się wybranymi, złożonymi modelami teoretycznymi w celu analizowania podejmowanych działań praktycznych odnośnie długofalowych strategii realizowanych form, sposobów i typów procesów komunikacyjnych, zarówno w wymiarze jednostkowym jak i grupowym.                  | S2_PD_UU_13                 | 4                              |
| S2_MS_DP2_5                            | Student dogłębnie rozumie proces formowania struktury opinii publicznej, jej znaczenie w funkcjonowaniu społeczeństwa demokratycznego oraz rolę środków masowego przekazu w kształtowaniu opinii publicznej                                                                                        | S2_PD_UW_1<br>S2_PD_WG_7    | 4<br>3                         |
| S2_MS_DP2_6                            | Student ma pogłębioną wiedzę na temat tendencji rozwojowych i uwarunkowań funkcjonowania współczesnych mediów masowych (także nowych mediów) i ich rolę w różnych aspektach funkcjonowania nowoczesnego społeczeństwa informacyjnego.                                                              | S2_PD_WG_6<br>S2_PD_WK_12   | 2<br>2                         |
| S2_MS_DP2_7                            | Student rozumie i posiada pogłębioną wiedzę na temat wpływu mediów na zachowania społeczne oraz ich rolę w procesie socjalizacji jednostki oraz w odniesieniu do komunikacyjnych wymiarów życia indywidualnego i zbiorowego.                                                                       |                             |                                |

| 3. Opis modułu           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Opis</b>              | Celem przedmiotu jest zapoznanie słuchaczy z podstawowymi zasadami organizowania i prowadzenia kampanii politycznych lub społecznych zorientowanych rynkowo. Ponadto słuchacze zostają zapoznani ze współczesnymi metodami i technikami oddziaływania politycznego i społecznego. Po zrealizowaniu modułu słuchacz powinien posiadać umiejętność analizowania i ewaluacji przedsięwzięć podejmowanych i realizowanych w trakcie kampanii komunikacyjnych oraz społecznych/rynkowych konsekwencji decyzji odnoszących się do wyboru danej koncepcji działania rynkowego w komunikacji społecznej |
| <b>Wymagania wstępne</b> | Słuchacz powinien dysponować ogólną wiedzą z zakresu komunikowania oraz bieżącą wiedzą o wydarzeniach społeczno-politycznych w kraju.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

| 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu |                                |                                                                                                                                                                                                                                                  |                                             |
|---------------------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|
| kod                                               | nazwa (typ)                    | opis                                                                                                                                                                                                                                             | efekty uczenia się modułu                   |
| S2_MS_DP2_w_1                                     | Pisemny sprawdzian wiedzy      | Sprawdzian mający na celu weryfikację wiedzy przekazywanej w trakcie wykładów, zawierający zagadnienia czysto teoretyczne, jak i problemy do rozwiązania na podstawie przyswojonych wiadomości z zakresu przygotowania kampanii różnego rodzaju. | S2_MS_DP2_5,<br>S2_MS_DP2_6,<br>S2_MS_DP2_7 |
| S2_MS_DP2_w_2                                     | Grupowy projekt zaliczeniowy   | Studenci przygotowują w grupach projekt kampanii komunikacyjnej, który jest następnie prezentowany w grupie, dyskutowany i oceniany przez innych uczestników zajęć.                                                                              | S2_MS_DP2_1,<br>S2_MS_DP2_2                 |
| S2_MS_DP2_w_3                                     | Indywidualny udział w dyskusji | Na podstawie przyswojonej wiedzy student bierze udział w dyskusji, ocenia projekty innych grup, odnosi je do poznanych modeli komunikacyjnych, proponuje alternatywne rozwiązania.                                                               | S2_MS_DP2_3,<br>S2_MS_DP2_4                 |

| 5. Rodzaje prowadzonych zajęć |                           |                                                                                          |               |                                                                                                                        |               |                                         |
|-------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|-----------------------------------------|
| kod                           | rodzaj prowadzonych zajęć |                                                                                          |               | praca własna studenta                                                                                                  |               | sposoby weryfikacji efektów uczenia się |
|                               | nazwa                     | opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)                                              | liczba godzin | opis                                                                                                                   | liczba godzin |                                         |
| S2_MS_DP2_fs_1                | wykład                    | Metoda podająca z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych.                            | 16            | Studiowanie zalecanej literatury, przygotowanie do egzaminu pisemnego.                                                 | 34            | S2_MS_DP2_w_1                           |
| S2_MS_DP2_fs_2                | ćwiczenia                 | Dyskusja moderowana przez prowadzącego, praca w grupach, prezentacje projektów grupowych | 16            | Studiowanie zalecanej literatury, przygotowywanie projektu grupowego, poszukiwanie przykładów kampanii komunikacyjnych | 34            | S2_MS_DP2_w_2,<br>S2_MS_DP2_w_3         |