

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</b>
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**           Polski System Medialny

**Kod modułu:** PSM

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
K1	Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać posiadaną wiedzę, korzystając z dodatkowych źródeł informacji	K01	4
U1	Posiada umiejętność analizy przestrzeni medialnej i komunikacyjnej w Polsce	U01 U02 U03 U04	4 4 4 4
U2	Potrafi dokonać charakterystyki systemu medialnego w Polsce	U01 U02 U03	4 4 4
W1	Ma uporządkowaną wiedzę na temat procesów transformacji systemu medialnego w Polsce na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim	W02 W04 W06	4 4 4
W2	Rozumie i identyfikuje ekonomiczne, technologiczne, polityczne, prawne i etyczne uwarunkowania funkcjonowania systemu medialnego w Polsce	W02 W04 W08 W10	4 4 4 4
W3	Zna i rozumie różnice między systemem mediów publicznych i komercyjnych w Polsce	W04 W07	4 4

### 3. Opis modułu

<b>Opis</b>	Moduł Polski system medialny umożliwi studentowi poznanie metodologii w zakresie systemowej analizy przestrzeni medialnej i komunikacyjnej w Polsce, w poszczególnych fazach ich przekształceń. Dzięki temu student powinien uzyskać lepsze zrozumienie procesów transformacji systemu medialnego w Polsce na poziomie lokalnym, regionalnym i ogólnopolskim. Złożoność procesów zachodzących w systemach medialnych, mających wielorakie pochodzenie i uwarunkowania, wymaga pokazania w szerszym kontekście przekształceń ustrojowych i doktryny medialnej oraz ich wpływu na funkcjonowanie poszczególnych struktur mediów periodycznych w Polsce. Ważnym jest przedstawienie ekonomicznych uwarunkowań funkcjonowania systemu medialnego w Polsce, w tym istoty rynkowości i komercjalizacji mediów. Zrozumienie tych procesów pozwoli studentom poznać specyfikę poszczególnych struktur polskiego systemu medialnego, a także nauczyć ich czytać przestrzeń medialną i komunikacyjną. Jest to wiedza i umiejętności niezbędne w zawodach medialnych i okołomedialnych.
<b>Wymagania wstępne</b>	Zalecane: realizacja modułu z nauki o komunikowaniu, wiedzy o prasie, wiedzy o radiu, wiedzy o telewizji

### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W1	Egzamin	Weryfikacja wiedzy w oparciu o treści z wykładu i wskazaną literaturę przedmiotu. Egzamin przeprowadzany w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	K1, U1, U2, W1, W2, W3
W2	Zaliczenie	Zaliczenie przeprowadzane w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie	K1, U1, U2, W1, W2, W3

### 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	
FZ1	wykład	Wykład wprowadzający w zagadnienia polityki medialnej i polityki informacji podmiotów państwowych, publicznych i korporacyjnych w ujęciu systemowym. Wskazanie na istotę poszczególnych struktur przestrzeni medialnej w Polsce, na procesy demokratyzacji mediów i ich pluralizmu	30	Praca ze wskazaną literaturą przedmiotu i analiza materiałów źródłowych dotyczący poszczególnych typów mediów, obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy odnośnie wskazanych zagadnień podstawowych oraz lekturę tekstów źródłowych. Na bieżąco śledzić działania poszczególnych struktur systemu medialnego w Polsce	30	W1
FZ2	ćwiczenia	Wprowadzenie do zagadnień związanych z funkcjonowaniem systemu medialnego w Polsce. Rozpoznanie polskiej przestrzeni medialnej, w tym analiza wybranych segmentów rynku medialnego w Polsce oraz elementów jego otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego.	30	Przygotowanie do ćwiczeń poprzez systematyczne czytanie wskazanej literatury przedmiotu, bieżące analizy segmentów rynku medialnego w Polsce oraz samodzielne przyswojenie wiedzy nt. wskazanych w sylabusie zajęć zjawisk i pojęć. Przygotowanie do zaliczenia przedmiotu	60	W2