

Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Nysie

Wydział Jazzu

Opis modułu kształcenia

Nazwa modułu (przedmiotu)		Komunikacja społeczna					Kod przedmiotu					
Kierunek studiów		Jazz i muzyka estradowa										
Profil kształcenia		praktyczny										
Poziom studiów		Studia I stopnia										
Specjalność		Przedmiot wspólny dla instrumentalistyki jazzowej, wokalistyki jazzowej oraz realizacji dźwięku										
Forma studiów		Stacjonarne										
Semestr studiów		II										
Tryb zaliczenia przedmiotu		Zaliczenie			Liczba punktów ECTS					Sposób ustalania oceny z przedmiotu		
Formy zajęć i inne		Liczba godzin zajęć w semestrze			Całkowita	1	Zajęcia kontaktowe	0,6	Zajęcia związane z praktycznym przygotowaniem zawodowym	0		
		Całkowita	Pracy studenta	Zajęcia kontaktowe	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się w ramach form zajęć						Waga w %	
Wykład		25	10	15	Zaliczenie						100	
Razem:		25	10	15							Razem	100%
Kategoria efektów	Lp.	Efekty uczenia się dla modułu (przedmiotu)							Efekty kierunkowe	Formy zajęć		
Wiedza	1.	Rozumie relacje między praktycznymi i teoretycznymi aspektami swego kierunku studiów (z uwzględnieniem specyfiki konkretnej specjalności)							K_W14	Wykład		
Umiejętności	1.	Potrafi rozpoznawać, analizować i interpretować podstawowe mechanizmy regulujące procesy komunikacji społecznej w aspekcie komunikowania się z mediami							K_U13 K_U15	Wykład		
	2.	Potrafi logicznie dobierać elementy zdobytej wiedzy teoretycznej w celu zinterpretowania zagadnień praktycznych w interakcjach społecznych							K_U13 K_U15	Wykład		
Kompetencje społeczne	1.	Rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia posiadanej wiedzy, kompetencji społecznych i komunikacyjnych							K_K06	Wykład		
	2.	Potrafi przyjmować właściwe role społeczne, współpracować w grupie, realizować zadania indywidualne i grupowe							K_K03 K_K08	Wykład		
	3.	Potrafi generować komunikaty i stosować różne kody komunikacyjne							K_K01 K_K05	Wykład		

Treści kształcenia

Wykład		Metody dydaktyczne	
L.p.	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
Semestr II	• Pojęcie komunikacji. Kanały i kody komunikacyjne. Modele komunikacji • Zjawisko konformizmu. Informacyjny wpływ społeczny, normatywny wpływ społeczny • Teoria dysonansu poznawczego L. Festingera • Wpływ społeczny i obrona przed manipulacją. Podstawowe techniki manipulacji społecznej • Komunikacja w reklamie. Człowiek w reklamie i zasada dopasowania. Marketing MIX • Asertywność i asertywne zachowania w kontaktach interpersonalnych • Stereotypy, uprzedzenia, dyskryminacja. Metody skutecznej walki z uprzedzeniami • Atrakcyjność interpersonalna. Kierowanie własnym wizerunkiem, autoprezentacja	15	
Razem liczba godzin:		15	

Literatura podstawowa:

1	B. Dobek-Ostrowska, Nauka o komunikowaniu. Podstawowe orientacje teoretyczne (Wrocław 2001).
2	T. Gabon-Klas, Media masowe i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu (Warszawa 2004)
3	D. McQuail, Teoria komunikowania masowego, (Warszawa 2007)
4	Z. Bauer, Dziennikarstwo wobec nowych mediów. Historia – teoria – praktyka, (Kraków 2009)

Literatura uzupełniająca:

1	J. Stewart, <i>Mosty zamiast murów</i> , Warszawa 2007.
2	S.P. Morreale, B. H. Spitzberg, J. K. Barge, <i>Komunikacja między ludźmi</i> , Warszawa 2008.
3	A. Jaskółka, <i>Mowa ciała</i> , Kielce 2007.