

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		Instrumentalistyka jazzowa, Wokalistyka jazzowa oraz Realizacja 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.