

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2020/2021

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu kształcenia

Systemy i rynki medialne

2. Nazwa jednostki (należy wskazać nazwę zgodnie ze Statutem PSW)

Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych

Zakład Socjologii

3. Grupa treści kształcenia

(moduł może być realizowany w ramach treści kształcenia ogólnego, podstawowego, kierunkowego, specjalnościowego lub innego)

-

4. Typ przedmiotu

(obowiązkowy, do wyboru)

do wyboru

5. Poziom studiów

pierwszego stopnia

6. Liczba punktów ECTS

2

7. Poziom przedmiotu

(podstawowy, średnio-zaawansowany, zaawansowany)

podstawowy

8. Rok studiów, semestr

III rok, semestr V - zimowy

9. Liczba godzin w semestrze

Wyk. Ćw. L* Prj. Pbn. Zp. Pr.

30

10. Język wykładowy: polski

11. Wykładowca (wykładowcy) (imię i nazwisko, stopień naukowy wykładowcy/wykładowców prowadzących zajęcia)

mgr Izabela Jaroszevska

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

12. Wymagania wstępne

Brak

1) Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie studentów z podstawową wiedzą związaną z działaniem systemów i rynków medialnych w Polsce i na świecie.

C2 Analiza kontekstów, ekonomicznych, kulturowych, historycznych i politycznych funkcjonowania systemów medialnych.

C3 Przedstawienie najważniejszych czynników i zmian wpływających na funkcjonowanie rynków i systemów medialnych we współczesnym świecie.

2) Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do
kierunkowych efektów
uczenia się

WIEDZA

EU01 ma podstawową wiedzę związaną z systemami medialnymi i rynkiem medialnym;

K_W02, K_W07

UMIEJĘTNOŚCI

EU02 potrafi opisać specyfikę i sposoby działania mediów w zależności od uwarunkowań historycznych, rynkowych i prawnych;

K_U10

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU03 analizuje i opisuje najważniejsze instytucje medialne w odniesieniu

K_K05

do zachodzących zmian społecznych;	
3) Treści programowe	
Forma zajęć – wykłady	
1) System medialny, rynek medialny – wprowadzenie. 2) Rynek medialny w Polsce: definicja, historia, typologia. 3) Systemy medialne na świecie. 4) System medialny a płaszczyzna polityczna i instytucjonalna. 5) Doktryny mediów a typologia systemów medialnych. 6) Zasada wolności mediów – interpretacja zasady w różnych systemach medialnych. 7) Media na rynku. Koncerny medialne. 8) Północnoatlantycki model liberalny. 9) Model demokratycznego korporacjonizmu. 10) Model spolaryzowanego pluralizmu. 11) Agencje prasowe.	
4) Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej.	
2. dyskusja	
5) Sposoby oceny (F – formująca; P – podsumowująca)	
F1. aktywność	
P1. egzamin pisemny	
6) Obciążenia pracą studenta	
forma aktywności	średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem**	40
Przygotowanie do egzaminu	10
SUMA	50
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2
DLA PRZEDMIOTU	
7) Literatura podstawowa i uzupełniająca	
Literatura podstawowa:	
1) Jupowicz-Ginalska A., Marketing medialny, Warszawa 2010.	
2) Goban-Klas T., Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Kraków 2020.	
3) Konarska K., Rynki medialne wybranych państw Europy Zachodniej, Kraków 2018.	
Literatura uzupełniająca:	
1) Michalczyk S., Społeczeństwo medialne: studia z teorii komunikowania masowego, Katowice 2008.	
8) Formy oceny – szczegóły	
Ocena końcowa obejmuje pozytywne zaliczenie egzaminu w formie pisemnej. Pytania opisowe do uzupełnienia odpowiedzi. Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie 51% poprawnych odpowiedzi z maksymalnej liczby punktów..	
9) Inne przydatne informacje o przedmiocie	
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.	
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej Nauk Stosowanych im. Jana Pawła II.	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.	

* L – laboratorium (w przypadku zajęć z języka obcego oznacza lektorat)

** – Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innej osoby prowadzącej zajęcia **oraz konsultacje**