

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu
Systemy i rynki medialne

2. Nazwa kierunku
Socjologia

3. Poziom studiów
pierwszego stopnia

4. Liczba punktów ECTS
3

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
V	30					

6. Język wykładowy polski

7. Wykładowca Izabela Jaroszevska, mgr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Brak

9. 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.

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	ma 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 do zachodzących zmian społecznych	K_K05
------	---	-------

11. 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.	
12. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. wykład	
2. dyskusja	
3. konsultacje	
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
1. obecność na zajęciach	
2. egzamin pisemny z wykładów	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	36
2. Nakład pracy studenta	39
suma	75
liczba punktów ECTS	3
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. A. Jupowicz-Ginalska, Marketing medialny, Difin, Warszawa 2010.	
2. J. Dzierżyńska-Mielczarek, Rynek mediów w Polsce, Wydawnictwo Artvitae, 2018.	
3. T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe: teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Kraków 2006.	
4. M. Mrozowski, Media masowe, wyd, Aspra Warszawa 2001.	
5. K. Konarska, Rynki medialne wybranych państw Europy Zachodniej, , Wydawnictwo Universitas, 2018.	
6. K. Williams, Media w Europie, wyd. Akademickie i Profesjonalne Warszawa 2008.	
7. A. Jaskiernia, Gajlewicz-Korab, Rozwój internetu a zmiany w mediach, systemach medialnych oraz społecznych, Wydawnictwo: Aspra, 2016.	
Literatura uzupełniająca:	
1. S. Michalczyk, Społeczeństwo medialne: studia z teorii komunikowania masowego, "Śląsk" Wydawnictwo Naukowe Katowice 2008.	
16. Formy oceny – szczegóły	
Zajęcia kończą się egzaminem.	
Podstawą zaliczenia wykładów jest:	
- uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu. Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z egzaminu jest uzyskanie 51% poprawnych odpowiedzi.	
17. 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 im. Jana Pawła II.	
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.	
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.	