

**KARTA PRZEDMIOTU****I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Języka angielski medialny
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media English
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	Polski i angielski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Mgr Stanisław Dunin-Wilczyński
---	--------------------------------

Forma zajęć ( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			2
konwersatorium			
ćwiczenia	30	V	
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	<p>W1 - Poziom biegłości językowej studenta odpowiada poziomie A2/B1 zgodnie z wytycznymi europejskiego systemu kształcenia językowego.</p> <p>W2 - Ma elementarną wiedzę dotyczącą sposobów komunikowania interpersonalnego i społecznego.</p> <p>W3 - Potrafi dokonać analizy zjawisk społecznych.</p> <p>W4 - Wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych działań profesjonalnych w zakresie komunikacji społecznej.</p>
-------------------	--

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

C1 - Celem zajęć wprowadzenie w zagadnienia i słownictwo związane z językiem angielskim w mediach
C2 - Studenci praktycznie wykorzystują nabywane umiejętności językowe przy przekładzie i analizie angielskich tekstów prasowych, telewizyjnych i internetowych przy tym poszerzanie słownictwa specjalistycznego związanego z mediami

C3 - Poszerzanie wiedzy z zakresu medioznawstwa, a w szczególności nowych mediów, w języku angielskim

### III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_01	Posiada wiedzę o terminologii specjalistycznej w języku angielskim odnoszącej się do dziennikarstwa, komunikacji społecznej i mediów	K_W04
W_02	Posiada wiedzę o najnowszych zagadnieniach medioznawczych poruszanych w mediach amerykańskich i brytyjskich	K_W01
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Umie posługiwać się terminologią medioznawczą w języku angielskim w różnych sytuacjach komunikacyjnych	K_U05, K_U07, K_U09
U_02	Czyta ze zrozumieniem specjalistyczne teksty medioznawcze w języku angielskim	K_U07
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, formułowania i uzasadniania własnych ocen	K_K01

### IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

1. What are media? Introduction to media theory (Czym są media? Wprowadzenie do teorii mediów)
2. Finding the essential information in a press text (Szukanie najistotniejszych informacji w tekście prasowym)
3. Differentiating between fact and opinion (Odróżnianie faktów od opinii w tekście medialnym)
4. Dealing with fake news (Radzenie sobie z fake newsami)
5. Parts of a newspaper – vocabulary concerning press articles (Części gazety – słownictwo dotyczące artykułów prasowych)
6. The difference between broadsheet and tabloid newspapers (Różnice między prasą poważną a brukową)
7. Magazine industry - determining meaning from context (Przemysł tygodników - rozumienie wyrażeń na podstawie kontekstu)
8. Matter of perspective – Point of view, tone and style (Kwestie perspektywy – różne formy narracji, ton i styl wypowiedzi)
9. Making the text shorter – summary and translation exercises (Skracanie tekstu – ćwiczenia na streszczanie i tłumaczenie tekstów prasowych)
10. Celebrity magazines and entertainment press (Magazyny o celebrytach i prasa rozrywkowa)
11. Reading media – Printed press and Internet press (Odczytywanie mediów – gazety papierowe a ich internetowe odpowiedniki)
12. Media Effects - behavioral media theories (Wpływ mediów – behawioralne teorie mediów)
13. Working at a radio station (Praca prezentera radiowego)
14. Practical media studies – researching Twitter (Medioznawstwo praktyczne – badanie Twittera)
15. Information society, consumerism and everyday life – Walter Benjamin, Baudrillard, Ritzer and De Certeau (Społeczeństwo informacyjne, konsumpcjonizm i życie codzienne – Walter Benjamin, Baudrillard, Ritzer i De Certeau)

**V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Praca z tekstem	Test na platformie Moodle	Protokół
W_02	Praca z tekstem	Obserwacja	Protokół
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01	Ćwiczenia praktyczne	Obserwacja	Protokół
U_02	Praca z tekstem	Test na platformie Moodle	Protokół
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01	Dyskusja	Obserwacja	Protokół

**VI. Kryteria oceny**

1. Ocena ciągła (bieżące przygotowanie do zajęć i aktywność) - 50% oceny końcowej

2. Zaliczenie pisemne w formie quizu na słownictwo specjalistyczne - 50% oceny końcowej

Ocena niedostateczna

(W) - Student nie zna podstawowej terminologii z dziedziny komunikacji społecznej i mediów w języku angielskim

(U) - Student nie potrafi obserwować zjawisk społecznych, analizować ich z punktu widzenia problemów medioznawczych i integrować nabytej wiedzy przy komunikowaniu się w języku angielskim

(K) - Student nie potrafi przygotować się do komunikacji w języku angielskim ze specjalistami z dziedziny komunikacji społecznej i mediów

Ocena dostateczna

(W) - Student zna podstawową terminologię z dziedziny komunikacji społecznej i mediów w języku angielskim

(U) - Student potrafi obserwować zjawiska społeczne, analizować je z punktu widzenia problemów medioznawczych i integrować nabytą wiedzę przy komunikowaniu się w języku angielskim

(K) - Student rozumie potrzebę przygotowania się do komunikacji w języku angielskim ze specjalistami z dziedziny komunikacji społecznej i mediów, ale nie potrafi kompetentnie nawiązać kontaktu

Ocena dobra

(W)- Student zna większą część (75%) terminologii z dziedziny komunikacji społecznej i mediów w języku angielskim omawianej na zajęciach;

(U)- Student potrafi obserwować zjawiska społeczne, analizować je z punktu widzenia problemów medioznawczych i integrować nabytą wiedzę przy komunikowaniu się w języku angielskim w stopniu dobrym

(K)- Student zna sposoby pracy w grupie wymagającej komunikacji w języku angielskim ze specjalistami z dziedziny komunikacji społecznej i mediów

Ocena bardzo dobra

(W)- Student zna przeważającą większość (90%) terminologii z dziedziny komunikacji społecznej i mediów w języku angielskim omawianej na zajęciach

(U)- Student potrafi obserwować zjawiska społeczne, analizować je z punktu widzenia problemów medioznawczych i integrować nabytą wiedzę przy komunikowaniu się w języku w stopniu bardzo dobrym

(K)- Student potrafi zorganizować pracę własną oraz zespołu przy komunikacji w języku angielskim ze specjalistami z dziedziny komunikacji społecznej i mediów.

### VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	<b>30</b>
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	<b>30</b>

### VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Bill Mascull, Key words in the media (HarperCollins Publishers: Brimingham, 2002). Dan Laughy, Key Themes in Media Theory (Open Uni. Press: Nowy Jork, 2007) Elizabeth L. Chesla, Reading Comprehension Success in 20 Minutes a Day (Learning Express: Nowy Jork, 2009).
Literatura uzupełniająca
Iris Bauer, Persuasive Language in Media Texts (Insight Publications: Elsternwick Victoria, 2008). Joe Nichols i John Price, Advanced Studies in Media (Thomas Nichols and Sons Ltd.: Cheltenham, 1998). Joanne Sutter, Vocabulary: Media and Marketplace Words (Saddleback Educational Publishing: Irvine, CA, 2002). Mike Edwards, Key Ideas in Media (Nelson Thornes Ltd: Cheltenham, 2003). The New Media Theory Reader, ed. Robert Hassan i Julian Thomas (Open University Press: Nowy Jork, 2006). Joseph Turow, Media Theory: An Introduction to Mass Communication (Routledge: Nowy Jork, 2009). Joost van Loon, Media Technology (Open University Press, Nowy Jork, 2008). Dictionary of Media and Journalism: TV, Radio, Print and Internet, ed. Chandrakant P. Singh (I.K. International Publishing House: London, 2004). Oxford: Dictionary of Media and Communication, ed. Daniel Chandler i Rod Munday (Oxford University Press: Oxford, 2011).