

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Kultura komunikacji, PG_00130988						
Kierunek studiów	Kulturoznawstwo (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć specjalnościowych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Filologiczny -> Instytut Badań nad Kulturą -> Zakład Kulturoznawstwa						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Katarzyna Pastuszek					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		43.0	75
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi szeroko rozumianej komunikacji społecznej i kulturowej, a także z zasadami komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w instytucji kultury/organizacji/zespole projektowym oraz jej różnorodnymi formami, narzędziami i technikami. Podczas zajęć studenci poznają zarówno teorie, jak i praktykę komunikowania, ponieważ są to kluczowe umiejętności w Zarządzaniu kulturą.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[KULMU2_K02] Student chętnie współdziała w zespole, którego pracą umie także zarządzać.	Student posiada umiejętności pracy zespołowej i zarządzania komunikacją w zespole.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[KULMU2_K03] Student dba o zachowanie najwyższych standardów etycznych i profesjonalnych zawodu kulturoznawcy.	Student określa środki i metody służące komunikacji dbając przy tym o zachowanie najwyższych standardów etycznych i profesjonalnych zawodu kulturoznawcy.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_K05] Student aktywnie uczestniczy w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy i świata.	Student ma świadomość odpowiedzialności za kulturę i jej dziedzictwo i dzięki wiedzy na temat komunikacji rozumie, w jaki sposób zachowywać dziedzictwo kulturowe regionu, kraju, Europy i świata.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[KULMU2_W08] Student ma szeroką wiedzę na temat współczesnego życia kulturalnego i artystycznego oraz funkcjonowania instytucji kultury i rynku sztuki.	Student ma aktualną wiedzę dotyczącą teorii i stosowanych form komunikacji w instytucjach kultury.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW5] realizacja zadania problemowego
	[KULMU2_U05] Student uwzględniając aktualne osiągnięcia nauk o kulturze i religii oraz nauk o sztuce, potrafi przeprowadzić krytyczną analizę i interpretację różnych tekstów kultury i sztuki.	Student potrafi tworzyć różne formy wypowiedzi i efektywnie komunikować się z różnymi odbiorcami.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[KULMU2_U01] Student potrafi biegle wyszukiwać, interpretować i selekcjonować informacje, z wykorzystaniem różnych źródeł, mediów i technologii, oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	Student potrafi wyszukiwać informacje dotyczące sposobów komunikowania.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	<p>1. Miejsce i rola teorii komunikacji</p> <p>2. Podstawowe pojęcia: nadawca, przekaz, zasięg, zakres, media, kod</p> <p>3. Akt komunikacji i jego funkcje w ujęciu Buhlera i Jakobsona; modele intencjonalne komunikacji (Austin, Searle, Grice); modele przyjmowania perspektywy; modele dialogowe teoria relewancji Sperbera i Wilson; model ze szkoły Palo Alto; teoria działania komunikacyjnego Habermasa; symboliczny interakcjonizm G. H. Meada; socjologia interakcji Goffmana model dramaturgiczny i model rytuału interakcyjnego; teorie komunikacji zorientowane psychologicznie Gordon, Thun, Berne.</p> <p>4. Historia technik komunikacji</p> <p>5. Wymiar praktyczny komunikacji (rola, znaczenie)</p> <p>6. Kultura języka, kultura bycia, aksjologiczne nastawienie wobec odbiorcy</p> <p>7. Projektowanie informacji: cel, odbiorca, kontekst sytuacyjny i czasowy, forma/kanal przekazywanej informacji, kulturowo-objektywne istnienie procesu komunikacji</p> <p>8. Komunikacja wizualna</p> <p>9. Pamięć kulturowa a pamięć komunikatywna</p> <p>10. Komunikacja niewerbalna (pozajęzykowe aspekty procesu komunikacyjnego).</p> <p>11. Formy komunikacji w instytucjach kultury</p> <p>12. Komunikacja międzykulturowa</p> <p>13. Rodzaje kultur a zachowania marketingowe</p> <p>14. Negocjacje, czyli jak rozmawiać, aby osiągnąć pożądany efekt</p> <p>15. Zasady konwersacyjne Leecha</p> <p>16. Funkcje i zasady protokołu dyplomatycznego</p> <p>17. Waga protokołu dyplomatycznego w relacjach międzynarodowych i komunikacji międzykulturowej</p> <p>18. NVC - komunikacja bez przemocy</p> <p>19. Komunikacja ekologiczna</p> <p>20. Komunikacja marketingowa</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	zadanie na zaliczenie - prezentacja	80.0%	30.0%
	obecność i aktywne uczestnictwo w zajęciach	80.0%	70.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Paweł Boski, Kulturowe ramy zachowań społecznych, Warszawa 2009. Marian Golka, Imiona wielokulturowości, Warszawa 2010. David Matsumoto, Linda Juang, Psychologia międzykulturowa, Gdansk 2007. Agnieszka Jeczen, Komunikacja na granicy prawdy, czyli o plotce w kulturze masowej, Lublin 2011. Karina Stasiuk-Krajewska, O dyskursie, dyskursach i komunikacji (w kulturze popularnej), Wrocław 2013. Andrzej Gwozdz, Interfejsy widzialności [w:] Intermedialność w kulturze końca XX wieku, Białystok 1998. Sławomir Czarniecki, Nowa widowia: o promocji w kulturze, Warszawa 2016.</p> <p>Jolanta Krzyżewska, (U)śmiech na języku: o walorach zastosowania żartu lingwistycznego w publicznej komunikacji interpersonalnej, [w:] Konteksty językowe w edukacji, kulturze i sztuce, red. U. Szuszcik, Katowice 2014. Wzrokocentryzm, wizualność, wizualizacja we współczesnej kulturze, red. B. Bodzioch-Bryła i in., Kraków 2017. Urszula Kusio, Dialog w komunikacji międzykulturowej. Ideały a rzeczywistość, Lublin 2011.</p> <p>Ewa Głazewska, Urszula Kusio, Komunikacja niewerbalna. Płec i kultura. Wybór zagadnień, Lublin 2012. Maciej Szczepanczyk, Innowacyjne sposoby wykorzystania mediów społecznościowych w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji [w:] Studia Ekonomiczne, Katowice 2014, s. 185-196. Bogusława Dobek-Ostrowska, Komunikowanie polityczne i publiczne, Warszawa 2007. Bogusława Dobek-Ostrowska, Podstawy komunikowania społecznego, Wrocław 1999. Dominik Kaznowski, Nowy marketing, Warszawa 2008. Grażyna Rosa, Komunikacja marketingowa, Szczecin 2005. Metody i narzędzia komunikacji marketingowej, red. Z. Waskowski, nr 1, Gniezno 2007. Łukasz Wroblewski, Strategie marketingowe w instytucjach kultury, Warszawa 2012. Wojciech Wrzosek, Strategie marketingowe, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2012.</p>
-----------------------	-------------------------	---

	<p>Uzupełniająca lista lektur</p>	<p>1. Austin John Langshaw (1962): How to Do Things with Words, Oxford University Press; przekł. Jak działać słowami [w:] Mówienie i poznawanie. Rozprawy i wykłady filozoficzne, 1993.</p> <p>2. Bühler Karl (2004): Teoria języka. O językowej funkcji przedstawiania, tłum. J. Koźbiał, Kraków.</p> <p>3. Goffman Erving (2000): Człowiek w teatrze życia codziennego, Warszawa.</p> <p>4. Goffman Erving (2006): Rytuał interakcyjny, Warszawa.</p> <p>5. Searle John (1980): Czym jest akt mowy? [w:] Pamiętnik Literacki LXXI, 1980, z. 2.</p> <p>6. Berne Eric (1999): W co grają ludzie, Warszawa.</p> <p>7. Habermas Jurgen (1999): Teoria działania komunikacyjnego, Warszawa.</p> <p>8. Mead George Herbert (1975): Umysł, osobowość, społeczeństwo, Warszawa.</p> <p>9. Watzlawick P., Beavin J., Jackson D.D. (1967) Pragmatics of human communication. A study of interactional patterns, pathologies and paradoxes, Nowy Jork.</p> <p>10. J.W. Wiktor, Promocja. System Komunikacji przedsiębiorstwa z rynkiem, wyd. PWN, Warszawa 2001.</p> <p>Udostępniane przez prowadzącego podczas zajęć:</p> <p>R. Stępowski, Komunikacja marketingowa 2030, wyd. Słowa i Myśli, Lublin 2016.</p> <p>S. Trzeciak, Wizerunek publiczny w internecie. Kim jesteś w sieci?, wyd. Helion, Gliwice 2015.</p> <p>M. Malinowska, Efektywność i skuteczność komunikacji marketingowej, wyd. Difin, Warszawa 2015.</p> <p>T. Maciejowski, Narzędzia skutecznej promocji w internecie, wyd. Oficyna Ekonomiczna, Kraków 2003.</p> <p>M. Jaworowicz, Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej, wyd. Difin, Warszawa 2005.</p>
	<p>Adresy eZasobów</p>	<p>Adresy na platformie eNauczanie:</p>

Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<ol style="list-style-type: none"> 1. Miejsce i rola teorii komunikacji 2. Podstawowe pojęcia: nadawca, przekaz, zasięg, zakres, media, kod 3. Akt komunikacji i jego funkcje w ujęciu Buhlera i Jakobsona; modele intencjonalne komunikacji (Austin, Searle, Grice); modele przyjmowania perspektywy; modele dialogowe teoria relewancji Sperbera i Wilson; model ze szkoły Palo Alto; teoria działania komunikacyjnego Habermasa; symboliczny interakcjonizm G. H. Meada; socjologia interakcji Goffmana model dramaturgiczny i model rytuału interakcyjnego; teorie komunikacji zorientowane psychologicznie Gordon, Thun, Berne. 4. Historia technik komunikacji 5. Wymiar praktyczny komunikacji (rola, znaczenie) 6. Kultura języka, kultura bycia, aksjologiczne nastawienie wobec odbiorcy 7. Projektowanie informacji: cel, odbiorca, kontekst sytuacyjny i czasowy, forma/kanal przekazywanej informacji, kulturowo-objektywne istnienie procesu komunikacji 8. Komunikacja wizualna 9. Pamięć kulturowa a pamięć komunikatywna 10. Komunikacja niewerbalna (pozajęzykowe aspekty procesu komunikacyjnego). 11. Formy komunikacji w instytucjach kultury 12. Komunikacja międzykulturowa 13. Rodzaje kultur a zachowania marketingowe 14. Negocjacje, czyli jak rozmawiać, aby osiągnąć pożądany efekt 15. Zasady konwersacyjne Leecha 16. Funkcje i zasady protokołu dyplomatycznego 17. Waga protokołu dyplomatycznego w relacjach międzynarodowych i komunikacji międzykulturowej 18. NVC - komunikacja bez przemocy 19. Komunikacja ekologiczna 20. Komunikacja marketingowa
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.