

## SYLABUS - OPIS ZAJĘĆ/ PRZEDMIOTU

### I. Informacje ogólne

1. Nazwa zajęć/przedmiotu: MEDIA I REKLAMA W DZIEJACH
2. Kod zajęć/przedmiotu: 18-MiRwD-36ged1
3. Rodzaj zajęć/przedmiotu (obowiązkowy lub fakultatywny): obowiązkowy
4. Kierunek studiów: GOSPODARKA I EKONOMIA W DZIEJACH
5. Poziom studiów: I
6. Profil studiów (ogólnoakademicki / praktyczny): ogólnoakademicki
7. Rok studiów: III
8. Rodzaje zajęć i liczba godzin: 30 h ĆW
9. Liczba punktów ECTS: 2
10. Imię i nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail wykładowcy prowadzącego zajęcia: Miłosz Sosnowski, dr, [miłosz.sosnowski@amu.edu.pl](mailto:miłosz.sosnowski@amu.edu.pl)
11. Język wykładowy: j. polski
12. Zajęcia / przedmiot prowadzone zdalnie (e-learning) (tak [częściowo/w całości] / nie): nie

### II. Informacje szczegółowe

1. Cele modułu kształcenia:
2. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych  
- brak;
3. Efekty uczenia się (EU) dla zajęć i odniesienie do efektów uczenia się (EK) dla kierunku studiów:

Symbol EU dla zajęć/przedmiotu	Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia EU student/ka:	Symbole EK dla kierunku studiów
EU_01	zna definicje mediów i wie jakie dyscypliny (oraz ujęcia interdyscyplinarne) zajmują się mediami w ujęciu diachronicznym i synchronicznym, ze szczególnym uwzględnieniem historiografii	K_W02; K_W03; K_W08; K_U07;
EU_02	zna ogólnie i w wybranych szczegółach historię mediów w poszczególnych epokach historycznych oraz rozpoznaje przełomowe momenty w ewolucji tychże	K_W01; K_W06; K_U05
EU_03	rozumie potrzeby i problemy archiwizacji przekazu medialnego, pochodzącego z różnych epok, w tym czasów sobie współczesnych	K_W07; K_K03
EU_04	zdaje sobie sprawę z politycznego, kulturowego i społecznego uwarunkowania przekazu medialnego i potrafi krytycznie go analizować	K_W06; K_U05; K_U10; K_K01
EU_05	zna ogólnie i wybranych szczegółach historię reklamy w poszczególnych epokach historycznych	K_W01; K_W06; K_W14
EU_06	rozumie kulturowe i społeczne uwarunkowania przekazu reklamowego w różnych epokach i potrafi postawić związane z tym pytania badawcze	K_W02; K_W04; K_W06; K_W14; K_U05
EU_07	potrafi krytycznie analizować przekaz reklamy i wskazać na jego kontekst interpretacyjny, zgodnie z epoką	K_W04; K_W14; K_U02; K_U03; K_U05; K_U08
EU_08	rozumie wagę studiów nad mediami i reklamą dla zrozumienia funkcjonowania społeczeństw industrialnego i postindustrialnego	K_W06; K_W07; K_W14; K_U05
EU_09	Uświadamia sobie kulturowe znaczenie, wagę i potrzebę konserwacji i archiwizacji zabytków ulotnych, jakimi są efemera reklamowe.	K_W07; K_K03

4. Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się (EU) z odniesieniem do odpowiednich efektów uczenia się (EU) dla zajęć/przedmiotu

Treści programowe dla zajęć/przedmiotu:	Symbol EU dla zajęć/przedmiotu
NURTY BADAŃ NAD KOMUNIKACJĄ I MEDIAMI W RAMACH HISTORIOGRAFII	EU_01;
KOMUNIKACJA I MEDIA PRZED EPOKĄ DRUKU - FORMY, CELE, ŚRODKI	EU_02;
REWOLUCJA DRUKU I JEJ WPŁYW NA ROZWÓJ KOMUNIKACJI I MEDIÓW	EU_02; EU_03;
ŚRODKI MASOWEGO PRZEKAZU W XX i XXI W. NA PRZYKŁADZIE PRASY, RADIA I TELEWIZJI	EU_02; EU_03; EU_04;
ŚRODKI MASOWEGO PRZEKAZU PRZEŁOMU XX i XXI W. - INTERNET, MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE, FAKE NEWS,	EU_02; EU_03; EU_04;
NURTY BADAŃ NAD REKLAMĄ W RAMACH HISTORIOGRAFII	EU_05;
REKLAMA PRZED EPOKĄ DRUKU - INSKRYPCJE, GRAFITTI, PIELGRZYMKI I CUDA	EU_05
REKLAMA W DRUKU DO KOŃCA XIX W.	EU_05; EU_06; EU_09
REKLAMA W DRUKU - XX W.	EU_05; EU_06; EU_07; EU_09
REKLAMA W INNYCH ŚRODKACH MASOWEGO PRZEKAZU (RADIO, TELEWIZJA)	EU_05; EU_06; EU_07; EU_08; EU_09
REKLAMA, PERFORMANCE, FLASH-MOB	EU_05; EU_06; EU_07; EU_08; EU_09
REKLAMA W INTERNECIE, SPAM	EU_05; EU_06; EU_07; EU_08; EU_09

#### 5. Zalecana literatura

- Adamski A., *Media w analogowym i cyfrowym świecie. Wpływ cyfrowej rewolucji na rekonfigurację komunikacji społecznej*, Warszawa 2012
- czasopismo „Studia Medioznawcze” - <http://studiamedioznawcze.pl>
- Goban-Klas T., *Zarys historii i rozwoju mediów od malowideł naskalnych do multimediów*, Kraków 2001
- Łojek J., Myśliński J., W. Władyka, *Dzieje prasy polskiej*, Warszawa 1988
- Pincas S., Loiseau M., *Historia reklamy*, przeł. W. Kroker, Warszawa 2009
- portal „Laboratorium badań medioznawczych” UW - <https://www.lbm.uw.edu.pl>
- Rose G., *Interpretacja materiałów wizualnych*, przeł. E. Klekot, Warszawa 2010
- Taylor L., *Medioznawstwo. Teksty, instytucje i odbiorcy*, przeł. M. Król, Kraków 2006
- Thompson J.B., *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Wrocław 2001

### III. Informacje dodatkowe.

Metody i formy prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych EU (proszę wskazać z proponowanych metod właściwe dla opisywanych zajęć lub/i zaproponować inne)

Metody i formy prowadzenia zajęć	X
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	

Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych)	X
Metoda ćwiczeniowa	X
Metoda laboratoryjna	
Metoda badawcza (dociekania naukowego)	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	
Pokaz i obserwacja	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	
Inne (jakie?) -	
...	

2. Sposoby oceniania stopnia osiągnięcia EU (proszę wskazać z proponowanych sposobów właściwe dla danego EU lub/i zaproponować inne)

Sposoby oceniania	Symbole EU dla zajęć/przedmiotu									
	EU _01	EU _02	EU _03	EU _04	EU _05	EU _06	EU _07	EU _08	EU _09	
Egzamin pisemny										
Egzamin ustny										
Egzamin z „otwartą książką”										
Kolokwium pisemne										
Kolokwium ustne	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Test										
Projekt										
Esej										
Raport										
Prezentacja multimedialna										
Egzamin praktyczny (obserwacja wykonawstwa)										
Portfolio										
Inne (jakie?) - pisemna praca semestralna na temat ustalony z prowadzącym	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

3. Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Forma aktywności		Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem		30
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	10
	Czytanie wskazanej literatury	10
	Przygotowanie pracy pisemnej, raportu, prezentacji, demonstracji, itp.	

	Przygotowanie projektu	
	Przygotowanie pracy semestralnej	10
	Przygotowanie do egzaminu / zaliczenia	
	Inne (jakie?) -	
	...	
	SUMA GODZIN	60
	LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA ZAJĘĆ/PRZEDMIOTU	2

4. Kryteria oceniania wg skali stosowanej przez UAM; Egzamin pisemny w formie testu (pytania otwarte):

- bardzo dobry (bdb; 5,0):** bardzo dobra znajomość omawianych zagadnień; doskonała znajomość literatury przedmiotu; stała aktywność na zajęciach, perfekcyjne wykonanie pracy semestralnej;
- dobry plus (+db; 4,5):** jak wyżej, z nieznacznymi niedociągnięciami w zakresie wiedzy sprawdzanej poprzez pracę semestralną;
- dobry (db; 4,0):** dobra znajomość omawianych zagadnień; zadowalająca znajomość literatury przedmiotu; niesystematyczna aktywność na zajęciach, dobre wykonanie pracy semestralnej;
- dostateczny plus (+dst; 3,5):** zadowalająca znajomość omawianych zagadnień; przeciętna znajomość literatury przedmiotu; przeciętna aktywność podczas ćwiczeń, przeciętne wykonanie pracy semestralnej;
- dostateczny (dst; 3,0):** wybiórcza znajomość zasadniczych zagadnień omawianych podczas zajęć, braki w lekturze; słaba aktywność podczas ćwiczeń, przeciętne wykonanie pracy semestralnej;
- niedostateczny (ndst; 2,0):** niezadowalająca znajomość zagadnień realizowanych w trakcie zajęć; nieznajomość lektur; brak aktywności podczas ćwiczeń, niewykonanie pracy semestralnej.