



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Dziennikarstwo lifestylowe

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Dziennikarstwo specjalistyczne		Kod zajęć 14DKSDSN.22S.13506.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Aleksandra Konieczna		
Prowadzący zajęcia	Aleksandra Konieczna		
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 20, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów z definicją i istotą dziennikarstwa lifestylowego.
C2	Wskazanie studentom różnic między dziennikarstwem lifestylowym, a innymi rodzajami dziennikarstwa.
C3	Omówienie ze studentami przykładów praktyk dziennikarskich typowych dla dziennikarstwa lifestylowego.
C4	Przeprowadzenie ze studentami ćwiczeń praktycznych z tworzenia materiałów typowych dla pracy dziennikarza lifestylowych.
C5	Wskazanie studentom szerszego kontekstu społecznego i kulturowego związanego z szeroko pojętym lifestylem. W tym narodzin i ewolucji kultury uczestnictwa.

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza o historii, rodzajach dziennikarstwa i tworzeniu prostych form dziennikarskich.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna rodzaje dziennikarstwa, w szczególności prawidłowo charakteryzuje dziennikarstwo lifestylowe.	DKS_K2_W03	Test, Projekt
W2	Zna praktyki dziennikarskie typowe dla dziennikarstwa lifestylowego.	DKS_K2_W03, DKS_K2_W04, DKS_K2_W05, DKS_K2_W09	Test, Projekt
W3	Zna modele i wzorce konsumpcji mediów. Zna teorię użytkowania i gratyfikacji oraz zjawisko medialnego zaangażowania.	DKS_K2_W01, DKS_K2_W03, DKS_K2_W04, DKS_K2_W09, DKS_K2_W10	Test
W4	Zna zasady tworzenia form dziennikarskich typowych dla pracy dziennikarza lifestylowego.	DKS_K2_W03, DKS_K2_W06	Test, Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi wskazać, czym jest dziennikarstwo lifestylowe oraz określić, jakie są różnice między dziennikarstwem lifestylowym, a innymi rodzajami dziennikarstwa.	DKS_K2_U01, DKS_K2_U03, DKS_K2_U04	Test
U2	Potrafi samodzielnie przygotować materiał dziennikarski typowy dla pracy dziennikarza lifestylowego.	DKS_K2_U02, DKS_K2_U04, DKS_K2_U06, DKS_K2_U09	Projekt
U3	Potrafi osadzić szeroko pojęty lifestyle na gruncie nauk o komunikacji społecznej i mediach.	DKS_K2_U01, DKS_K2_U02, DKS_K2_U03, DKS_K2_U04, DKS_K2_U05	Test
Kompetencji społecznych - Student/ka:			

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K1	Jest w stanie podjąć pracę jako dziennikarz lifestylowy i wykonywać ją w sposób rzetelny oraz etyczny.	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K03, DKS_K2_K05	Projekt
K2	Jest w stanie pracować w grupie, w tym w zespole redakcyjnym, a także kierować nim z wykorzystaniem nowoczesnych technik zarządzania.	DKS_K2_K02, DKS_K2_K06	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Dziennikarstwo lifestylowe - termin, ewolucja i charakterystyka.	W1, W2, U1, K1	Ćwiczenia
2.	Dziennikarstwo lifestylowe a inne formy dziennikarstwa - wskazanie różnic.	W1, W2, U1, K1	Ćwiczenia
3.	Teorie medioznawcze związane z dziennikarstwem lifestylowym - kultura uczestnictwa, jej granice oraz ewolucja.	W3, U3	Ćwiczenia
4.	Teorie medioznawcze związane z dziennikarstwem lifestylowym - paradygmat użytkowania i gratyfikacji oraz zjawisko medialnego zaangażowania.	W3, U3	Ćwiczenia
5.	Przykłady praktyk dziennikarskich typowych dla pracy dziennikarza lifestylowego.	W1, W2, W4, U2, K1, K2	Ćwiczenia
6.	Tworzenie materiałów dziennikarskich typowych dla pracy dziennikarza lifestylowego.	W1, W2, W4, U2, K1, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda analizy przypadków, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Metoda ćwiczeniowa, Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	W celu uzyskania zaliczenia z przedmiotu student musi: 1. Uczestniczyć w zajęciach (dopuszczalna 1 nieusprawiedliwiona nieobecność). 2. Uzyskać pozytywny wynik z testu. Test składa się z 20 pytań jednokrotnego wyboru. Wymagane jest uzyskanie minimum 11 punktów przez studenta. 3. Przygotować projekt zaliczeniowy i zaprezentować go podczas zajęć. Projekt polega na przygotowaniu materiału dziennikarskiego typowego dla pracy dziennikarzy lifestylowych. Materiał może mieć dowolną formę - prasową, wideo lub radiową. Student podczas tworzenia materiału stosuje zasady poznane podczas zajęć. Ocenie podlega jakość wykonanej pracy. Kryteria oceniania: bardzo dobry (bdb; 5,0): doskonała wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Briggs Asa, Burke Peter, Społeczna Historia Mediów. Od Gutenberga do Internetu, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2010.
2. Annette Hill, Media experiences: reality TV producers and audiences. London; New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2019.
3. Laurie Ouellette, Lifestyle TV, New York; London: Routledge Taylor & Francis Group, 2016.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	20
Czytanie wskazanej literatury	20
Przygotowanie do zaliczenia	15
Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie do zajęć	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
DKS_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarza i specjalisty ds. komunikowania
DKS_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
DKS_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarza i specjalisty ds. komunikacji
DKS_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej
DKS_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
DKS_K2_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać różne prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce pozostającej w zainteresowaniu dziennikarstwa i komunikacji społecznej
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą mediów oraz ich wpływem na społeczeństwo
DKS_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz wynikające z nich konsekwencje
DKS_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę mediów i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji
DKS_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług