*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 7/2023*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia 2024-2027**

**(skrajne daty)**

**Rok akademicki 2026/2027**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | **Teoria i praktyka propagandy** |
| Kod przedmiotu\* | S1S[6]F\_01 |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk Socjologicznych |
| Kierunek studiów | Socjologia |
| Poziom studiów | I stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarne |
| Rok i semestr/ studiów | **Rok 3, semestr VI** |
| Rodzaj przedmiotu | fakultatywny |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | Krystyna Leśniak-Moczuk |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Krystyna Leśniak-Moczuk |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| VI |  |  | 30 |  |  |  |  |  | 3 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

x zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (zaliczenie z oceną)

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Bez wymagań wstępnych |

3. cele, efekty uczenia się, treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przybliżenie teoretycznych podstaw systemów procesu komunikowania politycznego |
| C2 | Zapoznanie studentów z mechanizmami działania propagandy |
| C3 | Przybliżenie przykładów propagandy w perspektywie historycznej i bieżącej, w skali krajów świata |
| C4 | Kształtowanie umiejętności oceny funkcji i skutków propagandy |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK­\_01 | Zna metody, narzędzia i techniki procesu komunikowania politycznego, w tym procesu propagandy | KW\_07 |
| EK\_02 | potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi w zakresie propagandy | KU\_04 |
| EK\_03 | posiada umiejętność rozumienia i analizowania perswazji w propagandzie | KU\_08 |
| EK\_04 | potrafi współdziałać i pracować w grupie, przyjmując w niej role nadawcy i odbiorcy propagandy | KU\_13 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Istota, typologia, funkcje i skuteczność propagandy |
| Propaganda – perswazja – socjotechnika |
| Propaganda jako zjawisko historyczne |
| Zasady socjotechniki |
| Propaganda a ideologia |
| Wybrane systemy komunikowania a działania propagandowe |
| Perspektywa teoretyczna komunikowania politycznego |
| Kampanie wyborcze jako forma komunikowania politycznego |
| System propagandowy - środki przekazu i łączności |
| Opinia publiczna a propaganda |
| Język propagandy politycznej |
| Przykłady propagandy w XX i XXI wieku |

3.4 Metody dydaktyczne

Ćwiczenia 1) analiza tekstów z dyskusją, 2) przygotowanie i przedstawianie prezentacji, 3) praca w grupach -4) złożenie referatu 5) metoda pracy na odległość.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| ek\_ 01 | pisemny referat | konwersatorium |
| Ek\_ 02 | prezentacja multimedialna | konwersatorium |
| EK\_03 | Sprawdzenie ustne wiadomości z teorii reklamy | konwersatorium |
| Ek\_ 04 | dyskusja w trakcie zajęć | konwersatorium |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Napisanie i złożenie w terminie pisemnego referatu spełniającego wymogi pracy naukowej 40%  Przygotowanie, przedstawienie na ćwiczeniach i złożenie prezentacji multimedialnej 30%  Aktywne uczestnictwo w dyskusji na ćwiczeniach 20%  Obecności na zajęciach 10% |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny z harmonogramu studiów | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 43 |
| SUMA GODZIN | 75 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 3 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | Nie dotyczy |
| zasady i formy odbywania praktyk | Nie dotyczy |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  Bukowski Michał, *Słowa klucze w rządowej komunikacji politycznej: perspektywa międzynarodowa,* Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2015.  Dobek-Ostrowska Bogusława, *Komunikowanie polityczne i publiczne: podręcznik akademicki,* Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2007.  Dobek-Ostrowska Bogusława, Wiszniowski Robert, *Teoria komunikowania publicznego i politycznego: wprowadzenie,* "Astrum", Wrocław 2007.  Kolczyński Mariusz, Sztumski Janusz, *Marketing polityczny: kształtowanie indywidualnych i zbiorowych opinii, postaw i zachowań,* "Śląsk", Katowice 2003.  Kolczyński, Mariusz, *Strategie komunikowania politycznego,* Wydaw. UŚ, Katowice 2007.  Komunikowanie polityczne, Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin, 2017.  *Marketing polityczny: teoria i praktyka,* Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie-Skłodowskiej, Lublin 2011.  Piontek Dorota, *Komunikowanie polityczne i kultura popularna: tabloidyzacja informacji o polityce,* Wydawnictwo Naukowe WNPiD UAM, Poznań 2011. |
| Literatura uzupełniająca:  Mazur Marek, Marketing *polityczny: studium porównawcze prezydenckich kampanii wyborczych w USA i w Polsce,* Wydaw. Naukowe PWN, Warszawa 2002.  Michalczyk Stanisław, *Komunikowanie polityczne: teoretyczne aspekty procesu,* "Śląsk", Katowice, 2005. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)