

Media in politics - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Media in politics
Kod przedmiotu	05.5-WP-Poli2P-MiP-21
Wydział	Wydział Nauk Społecznych
Kierunek	WNS - oferta ERASMUS / Politologia
Profil	-
Rodzaj studiów	Program Erasmus pierwszego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	5
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	dr Adam Ilciów

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Konwersatorium	15	1	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

The aim of the course is to acquire knowledge and skills in analyzing media-politics relations. Students learn to analyze the content of the media, evaluate the role of the media in the political system, and the relationships between the media and politics. The use of new media by anti-system movements, network civil democracy, electronic administration tools, and the issues of the image of politicians are also discussed.

Wymagania wstępne

None.

Zakres tematyczny

Theory of media and politics; Mediatization of politics; Mass media and reality; Post-politics, infotainment, celebrity; New media and political communication; Media and political and civic mobilization; Popular culture and the presentation of politics in the media; Types of media events: important, staged, mediatized events; Press: daily newspapers, weeklies; Information selection criteria; media bias and objectivity; Personalization of media messages; Journalist-politician interactions.

Metody kształcenia

Multimedia presentations; work with texts; work with audiovisual material; individual work; work in groups.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Knows and understands the role of media in politics and knows how media are organized and work.		- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - przygotowanie projektu	Konwersatorium
Knows and understands interactions and relationships between media, politics, and society; can judge the reliability of different kinds of media.		- aktywność w trakcie zajęć - bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - przygotowanie projektu	Konwersatorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Analyzes the changes of media system and judge the influence of new media on public opinion.		• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • przygotowanie projektu	• Konwersatorium
Knows and understands the role of media in the contemporary world, can judge the influence of information on social and political life.		• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • przygotowanie projektu	• Konwersatorium
Able to justify at a basic level his/her position and arguments in the course of discussion, referring to his/her own knowledge, world-view assumptions and cultural perceptions.		• dyskusja • przygotowanie projektu	• Konwersatorium
Knows the extent of his/her knowledge and skills, understands the need for continuous learning.		• aktywność w trakcie zajęć • bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • przygotowanie projektu	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

In order to pass the course, you must:

- 1) prepare presentations;
- 2) participate actively in classes.

Literatura podstawowa

- *Advanced Social Media Marketing. How to Lead, Launch, and Manage a Successful Social Media Program* – Tom Funk – Apress – 2013.
- *Campaign Craft. The Strategies, Tactics, and Art of Political Campaign Management*, Fourth Edition (Praeger Series in Political Communication) – Michael John Burton and Daniel M. Shea – Praeger – 2010.
- *Campaigning for President 2016. Strategy and Tactics* – Dennis W. Johnson Lara M. Brown – Routledge – 2018.
- *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics* (Communication, Society and Politics) – Daniel C. Hallin Paolo Mancini – Cambridge – 2004.
- *Computational Propaganda. Political Parties, Politicians, and Political Manipulation on Social Media* – Samuel C. Woolley and Philip N. Howard – Oxford – 2019.
- *Fake News, Propaganda, and Plain Old Lies. How to Find Trustworthy Information in the Digital Age* – Donald A. Barclay – Rowman & Littlefield – 2018.
- *How propaganda works* – Jason Stanley – Princeton – 2015.
- *Journalism and PR. News Media and Public Relations in the Digital Age. News Media and Public Relations in the Digital Age* – John Lloyd Laura Toogood – Oxford I.B. Tauris – 2015.
- *Media, Persuasion and Propaganda* – Marshall Soules – Edinburgh University Press – 2015.
- *Network propaganda. Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics* – Yochai Benkler Robert Faris Hal Roberts – Oxford – 2018.
- *Political Communication in Postmodern Democracy* – Kees Brants and Katrin Voltmer – Palgrave – 2011.
- *Propaganda in the Information Age. Still Manufacturing Consent* – Alan MacLeod – Routledge – 2019.
- *Social Media in Politics. Case Studies on the Political Power of Social Media* – Bogdan Patrut Monica Patrut – Springer – 2014.
- *The Dynamics of Political Communication. Media and Politics in a Digital Age* – Richard M. Perloff – Routledge – 2014.
- *The New Rules of Marketing & PR. How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly* – David Meerman Scott – Wiley – 2019.

Literatura uzupełniająca

Consistent with the presentation topics.

Uwagi

None.

Zmodyfikowane przez dr Adam Ilciów (ostatnia modyfikacja: 26-05-2021 14:29)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ