

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>kultury mediów</b>
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy), 2023/2024 (semestr zimowy), 2024/2025 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

**Moduł kształcenia:** Arcydzieło a bestseller

**Kod modułu:** 02-MO2N-14-26aP

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
26aP_U02	potrafi rozpoznać zasady rządzące rynkiem książki i wskazać najważniejsze problemy, jakie na nim występują	02-MO2SN-14_U02	5
26aP_U03	potrafi samodzielnie podejmować działania związane z promocją książki, szczególnie na rynku nowych mediów, umie zorganizować konferencję prasową, czy spotkanie autorskie z wybranym pisarzem	02-MO2SN-14_U03	5
26aP_U08	potrafi wykorzystywać różne media, w tym elektroniczne dla skutecznej promocji literatury	02-MO2SN-14_U07	5
26aP_U09	potrafi przygotować press-kit, a także napisać komunikat prasowy dotyczący wybranej pozycji książkowej	02-MO2SN-14_U08	5
26aP_U10	zdobytą wiedzę potrafi zużytkować podczas prezentacji własnej koncepcji dotyczącej promowania wybranej pozycji książkowej	02-MO2SN-14_U09	5
26aP_W04	ma pogłębioną, szczegółową wiedzę dotyczącą funkcjonowania rynku książki, specyfiki pracy wydawnictw, oraz mechanizmów promocyjnych na rynku książki	02-MO2SN-14_W04	5
26aP_W08	zna i rozumie podstawowe zasady z zakresu ochrony praw autorskich w dobie mediów cyfrowych	02-MO2SN-14_W08	5
26aP_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną z zakresu współczesnych teorii marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem mechanizmów rządzących rynkiem książki	02-MO2SN-14_W03	5

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	
-------------	--

	Podczas zajęć z modułu zatytułowanego Arcydziało a bestseller student zdobywa podstawową wiedzę z zakresu marketingu, potrzebną dla umiejętności promowania książki na rynku. Poznaje zasady działania wydawnictw, a także reguły rządzące specyfiką rynku książki. Student uczy się także podstaw PR, tak, by w przyszłości potrafił złożyć press-kit, napisać komunikat prasowy, a także zorganizować konferencję prasową, czy spotkania autorskie z wybranym pisarzem.
<b>Wymagania wstępne</b>	Brak.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
02-MO2SN-14-w_t	test/praca pisemna	weryfikacja wiedzy i umiejętności w oparciu o treść zajęć i wskazaną w sylabusie literaturę	26aP_U02, 26aP_U03, 26aP_U08, 26aP_U09, 26aP_U10, 26aP_W04, 26aP_W08, 26aP_W03

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
02-MO2S-14-f_l	laboratorium	praca z tekstem naukowym, opracowywanie strategii marketingowych dot. Promocji książki, tworzenie teczki prasowej.	20	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswojenie wiedzy w zakresie wskazanych zagadnień.	115	02-MO2SN-14-w_t