

1.	Nazwa kierunku	organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
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: Promocja utworu audiowizualnego

Kod modułu: 09-OF-S2-PUA

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PUA_1	Student pozna podstawowe zasady pojęcia promocja w branży audiowizualnej	K_W11	5
PUA_2	Student posiada wiedzę na temat specyfiki promocji filmu we wszystkich okresach produkcji utworu audiowizualnego	K_W12	4
PUA_3	Student potrafi skonstruować poprawną eksplikację i streszczenie filmu	K_U11	5
PUA_4	Student potrafi współpracować z twórcą plakatu i trailera oraz zrozumie rolę i specyfikę współpracy z mediami.	K_U12	4
PUA_5	Student rozróżnia przekazy skierowane do widza i do profesjonalisty (potencjalnego partnera biznesowego)	K_K11	5
PUA_6	Student ma kompetencje planowania promocji utworu audiowizualnego, ma na niego wpływ i potrafi podejmować odpowiednie decyzje	K_K12	4

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest zbudowanie w studentach świadomości, iż promocja utworu audiowizualnego rozciąga się od okresu preprodukcji aż po okres zamknięcia procesu dystrybucji. Podczas zajęć zostaną przedstawione nowoczesne metody promocji filmu, niejednokrotnie nie kojarzące się z „promocją” sensu stricto. Student zdobędzie wiedzę, jak ważnym elementem biznesowym jest dobra promocja utworu audiowizualnego, kiedy po niego sięgać i w jaki sposób.
Wymagania wstępne	Student powinien mieć podstawową wiedzę o rynku sprzedażowym w branży audiowizualnej.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PUA_w_1	Sprawdzian	Student przygotowuje plan promocji przedsięwzięcia o treści zgodnej z opisem modułu	PUA_1, PUA_2

		(kosztorys promocji itp.).	
PUA_w_2	Ocena ciągła	Student analizuje, sprawdza rynek i ma wiedzę na temat potencjalnego widza/odbiorcy danego przedsięwzięcia audiowizualnego.	PUA_3, PUA_4, PUA_5, PUA_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PUA_fs_1	wykład	Wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, wykład problemowy i interaktywny, wykorzystanie Internetu.	10	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	35	PUA_w_1
PUA_fs_2	ćwiczenia	Pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne, metoda problemowa, metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego, wykorzystanie Internetu	10	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	35	PUA_w_2