

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>kulturoznawstwo</b>
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Reklama

**Kod modułu:** 02-KO1S-16-58

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<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>
58_K04	rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do rozwiązywanych problemów, integrowania wiedzy dotyczącej reklamy z różnych dyscyplin oraz praktykowania samokształcenia służącego pogłębieniu zdobytej wiedzy	02-KO1SN-12_K01	5
58_U08	umie przygotować pracę pisemną dotyczącą wybranego zagadnień szczegółowego związanego z reklamą w oparciu o podstawowe ujęcia teoretyczne z wykorzystaniem materiałów pochodzących z różnych źródeł;	02-KO1SN-12_U08	5
58_U11	potrafi zastosować instrumentarium socjologiczne w opisie zjawisk reklamowych;	02-KO1SN-12_U11	5
58_U13	potrafi wskazać szanse i zagrożenia dla człowieka we współczesnym zmediatyzowanym społeczeństwie, wykorzystując standardowe metody i narzędzia z obszaru badań nad reklamą;	02-KO1SN-12_K04	5
58_W04	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową z wybranych zakresów historii i teorii reklamy;	02-KO1SN-12_U04	5
58_W07	zna i rozumie podstawowe metody analizy przekazów o charakterze perswazyjnym występujących w dyskursie publicznym, politycznym i reklamowym;	02-KO1SN-12_W07	5
58_W09	ma świadomość kompleksowej natury języka dyskursu: publicznego, politycznego i reklamowego; świadomy jest jego złożoności i historycznej zmienności jego znaczeń;	02-KO1SN-12_W09	5
58_W14	ma podstawową wiedzę o społecznym charakterze człowieka w perswazyjnie nastawionym dyskursie reklamowym; ma wiedzę o wpływie ich medialnego zapośredniczenia na kształt komunikacji	02-KO1SN-12_W14	5

**3. Opis modułu**

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

	Moduł Reklama zapoznaje studenta z zarysem historii reklamy od jej początków po formy nowomediálne. Student poznaje globalne i lokalne uwarunkowania historii reklamy w Polsce; śledzi rozwój języka reklamy i technik perswazji. Otrzymuje podstawową wiedzę dotyczącą psychologii reklamy oraz etyki i estetyki w przekazach reklamowych.
<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-KO1SN-12-w_t	praca pisemna	weryfikacja wiedzy i umiejętności w oparciu o treść zajęć i wskazaną w sylabusie literaturę	58_K04, 58_U08, 58_U11, 58_U13, 58_W04, 58_W07, 58_W09, 58_W14

<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-KO1S-13-f_w	wykład	wykład połączony z prezentacją multimedialną	15	studiowanie tekstów naukowych	15	02-KO1SN-12-w_t