

1.	Nazwa kierunku	kulturoznawstwo
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: Przedmiot specjalizacyjny II: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami

Kod modułu: 02-K01S-19-53e

1. Liczba punktów ECTS: 5

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
53e_K01	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu wymagającego kompetencji specjalisty ds. reklamy i kontaktów z mediami	02-KO1SN-12_K01	5
53e_U01	potrafi wyszukiwać w różnych źródłach i selekcjonować potrzebne wiadomości, analizować je, interpretować, oceniać oraz użytkować	02-KO1SN-12_U01	5
53e_U02	umie formułować problemy badawcze w ramach nadrzędnego tematu „Antropologiczne, komunikacyjne i edukacyjne aspekty technocodzienności” oraz korzystać z optymalnych metod i narzędzi badawczych	02-KO1SN-12_U02	5
53e_U03	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze kierując się wskazówkami wykładowcy	02-KO1SN-12_U03	5
53e_U05	potrafi rozpoznać różne rodzaje zjawisk i wytworów kulturowych z zakresu reklamy i mediów oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem wybranych metod, zna ich funkcję i znaczenie	02-KO1SN-12_U05	5
53e_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną, obejmującą terminologię, teorie i metodologię z zakresu badań procesów komunikacyjnych	02-KO1SN-12_W03	5
53e_W04	ma uporządkowaną i poszerzoną wiedzę szczegółową w zakresie reklamy i kontaktów z mediami	02-KO1SN-12_W04	5
53e_W05	ma wiedzę o multidyscyplinarności kulturoznawstwa i o jego powiązaniach z innymi dyscyplinami humanistycznymi	02-KO1SN-12_W05	5
53e_W07	zna i rozumie metody analizy i interpretacji wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu reklamy i mediów	02-KO1SN-12_W07	5

3. Opis modułu	
Opis	Przedmiot specjalizacyjny II jest kontynuacją Przedmiotu specjalizacyjnego I. W ramach przedmiotu studenci przygotowują projekty badawcze związane z tematem nadrzędnym „Antropologiczne, komunikacyjne i edukacyjne aspekty technocodzienności”. Pod kierunkiem prowadzącego opracowują koncepcję oraz wstępne założenia badań, a także zapoznają się z podstawowymi informacjami na temat badania procesów komunikacyjnych. Głównym celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do podjęcia samodzielnej pracy badawczej. Szczegółowa tematyka zajęć koresponduje z zagadnieniami podejmowanymi w ramach seminarium licencjackiego: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami.
Wymagania wstępne	Zaliczenie modułu Przedmiot specjalizacyjny I: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
02-KO1SN-12-w_f	problem/projekt badawczy	weryfikacja wiedzy i umiejętności konstruowania problemu/projektu badawczego	53e_K01, 53e_U01, 53e_U02, 53e_U03, 53e_U05, 53e_W03, 53e_W04, 53e_W05, 53e_W07

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	
02-KO1S-12-f_l	laboratorium	intensywne kształcenie umiejętności badawczych, laboratorium przygotowuje studenta do samodzielnego rozpoznawania zjawisk i wytworów kulturowych oraz ich analizy i interpretacji z zastosowaniem optymalnych metod i narzędzi badawczych	30	samodzielnie zgromadzona literatura naukowa, lektura potrzebnych prac, rozpoznawanie, analiza i interpretacja zjawisk i wytworów kulturowych	100	02-KO1SN-12-w_f