

|    |                           |                            |
|----|---------------------------|----------------------------|
| 1. | <b>Nazwa kierunku</b>     | <b>kulturoznawstwo</b>     |
| 2. | Cykl rozpoczęcia          | 2015/2016 (semestr zimowy) |
| 3. | Poziom kształcenia        | studia pierwszego stopnia  |
| 4. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki           |
| 5. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna                |

**Moduł kształcenia:** Wybrane zagadnienia z historii, teorii i praktyki reklamy

**Kod modułu:** 02-K01S-12-34b

1. Liczba punktów ECTS: 2

| 2. Zakładane efekty kształcenia modułu |  |                             |                                |
|--|--|-----------------------------|--------------------------------|
| kod                                    | opis   | efekty kształcenia kierunku | stopień realizacji (skala 1-5) |
| 34b_K02                                | potrafi współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role  | 02-KO1SN-12_K02             | 5                              |
| 34b_K03                                | potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie i innych zadania   | 02-KO1SN-12_K03             | 5                              |
| 34b_U04                                | potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną w analizie konkretnych przekazów reklamowych; sprawnie i ze zrozumieniem posługuje się specjalistyczną terminologią                           | 02-KO1SN-12_U04             | 5                              |
| 34b_U05                                | umie wskazać zastosowane w reklamie środki wyrazu; rozumie specyfikę poszczególnych komunikatów reklamowych  | 02-KO1SN-12_U05             | 5                              |
| 34b_U08                                | w oparciu o zdobytą wiedzę umie przygotować projekt kampanii reklamowej  | 02-KO1SN-12_U08             | 5                              |
| 34b_U14                                | posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych związanych z rozwojem reklamy  | 02-KO1SN-12_U14             | 5                              |
| 34b_W03                                | ma uporządkowaną wiedzę ogólną z zakresu historii, teorii i praktyki reklamy; zna podstawową terminologię  | 02-KO1SN-12_W03             | 5                              |
| 34b_W05                                | ma podstawową wiedzę o powiązaniach kulturoznawczej analizy reklam z oglądem reklamy przez inne dziedziny i dyscypliny naukowe, tj. estetyka, wiedza o sztuce, psychologia, socjologia | 02-KO1SN-12_W05             | 5                              |
| 34b_W06                                | ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju badań nad reklamą   | 02-KO1SN-12_W06             | 5                              |
| 34b_W12                                | ma wiedzę o rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz ich elementów   |                             | 5                              |

|  |  |                     |  |
|--|--|---------------------|--|
|  |  | 02-KO1SN-12<br>_W12 |  |
|--|--|---------------------|--|

### 3. Opis modułu

|                          |  |
|--------------------------|--|
| <b>Opis</b>              | Moduł Wybrane zagadnienia z historii, teorii i praktyki reklamy ma dać studentom ogólną orientację w zakresie wskazanym w nazwie przedmiotu. We stępie studenci zostają wprowadzeni w historię reklamy, psychologię reklamy, także w takie zagadnienia, jak estetyka reklamy czy kicz w reklamie. Uczą się dostrzegać najważniejsze związki pomiędzy reklamą i sztuką. Zaznajamiają się również, w ogólnym zarysie, ze strategiami kampanii reklamowych, czy zjawiskami bardziej szczegółowymi, np. product placement. Poświęcają uwagę rozważeniu zagadnienia budowania rzeczywistości społecznej przez reklamę. W czasie trwania kursu studenci rozważają ponadto estetyczne i etyczne granice w reklamie. |
| <b>Wymagania wstępne</b> | Rekomenduje się zaliczenie przedmiotów: wstęp do teorii komunikacji, logika i semiotyka, komunikacja kulturowa oraz komunikacja masowa.  |

### 4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu

| kod             | nazwa (typ)           | opis   | efekty kształcenia modułu                            |
|-----------------|-----------------------|--|--|
| 02-KO1SN-12-w_d | dyskusja sprawdzająca | sprawdzenie kompetencji na podstawie dyskusji na temat wskazanych lektur           | 34b_K02, 34b_K03, 34b_U08, 34b_U14, 34b_W06, 34b_W12 |
| 02-KO1SN-12-w_p | prezentacja           | prezentacja wybranego tematu z zakresu praktyki reklamy                            | 34b_U04, 34b_U05, 34b_W03, 34b_W05                   |
| 02-KO1SN-12-w_r | projekt               | przygotowywany w grupach projekt kampanii reklamowej, wykorzystujący nabytą wiedzę | 34b_K02, 34b_K03, 34b_U08                            |
| 02-KO1SN-12-w_t | praca pisemna         | przygotowanie pracy zaliczeniowej na wybrany temat                                 | 34b_U04, 34b_U05, 34b_W03, 34b_W05                   |

### 5. Rodzaje prowadzonych zajęć

| kod            | rodzaj prowadzonych zajęć |   |               | praca własna studenta   |               | sposoby weryfikacji efektów kształcenia                            |
|----------------|---------------------------|---|---------------|---|---------------|--|
|                | nazwa                     | opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)   | liczba godzin | opis  | liczba godzin |  |
| 02-KO1S-12-f_l | laboratorium              | dyskusja na temat wskazanych lektur i analiza przekazów reklamowych, elementy wykładu na temat historii reklamy, prezentacje wybranych tematów z zakresu praktyki reklamy oraz przygotowanych projektów kampanii reklamowej | 30            | praca ze wskazaną literaturą przedmiotu, przygotowanie w grupach prezentacji wybranego tematu oraz projektów kampanii reklamowych | 30            | 02-KO1SN-12-w_d, 02-KO1SN-12-w_p, 02-KO1SN-12-w_r, 02-KO1SN-12-w_t |