

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>organizacja produkcji filmowej i telewizyjnej</b>
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

**Moduł kształcenia:** Teoria i praktyka reklamy

**Kod modułu:** 09-OF-N2-RWa

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
RWa_1	Student posiada umiejętność opracowania założeń kampanii reklamowej przedsięwzięcia	K_U08	5
RWa_2	Student posiada umiejętność przygotowania dokumentacji pisemnej kampanii reklamowej i jej prezentacji	K_U17	5
RWa_3	Student potrafi zorganizować tok produkcji filmu reklamowego	K_U04	5
RWa_4	Student potrafi skonstruować budżet realizacji filmu reklamowego	K_U06	5
RWa_5	Student rozumie kierunki przekształceń współczesnej reklamy	K_U13	5
RWa_6	Student posiada zdolność twórczego myślenia i pełnej identyfikacji z realizowanym projektem reklamowym	K_K02	5
RWa_7	Student jest odporny na stresy wynikające ze specyfiki produkcji form reklamowych	K_K04	5
RWa_8	Student dysponuje wiedzą w zakresie technik reklamy filmow, audycji telewizyjnych, imprez artystycznych	K_W03 K_W04	5 5

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Zajęcia służą przybliżeniu zagadnień z zakresu istoty i technik reklamowych a także przygotowaniu studenta do samodzielnego projektowania i realizacji audiowizualnego przekazu reklamowego
<b>Wymagania wstępne</b>	

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
RWa_w_1	Zaliczenie	Na podstawie obecności, aktywności na zajęciach a także ćwiczenia w formie pisemnej zleconego przez prowadzącego	RWa_1, RWa_2, RWa_3, RWa_4, RWa_5, RWa_6, RWa_7, RWa_8

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	
RWa_fns_1	wykład	Prezentowany jest dorobek teoretyczny przedmiotu ilustrowany przykładami kampanii reklamowych	30	Przyswojenie wiedzy teoretycznej w oparciu o studia zaleconych materiałów	60	RWa_w_1