

1.	Nazwa kierunku	socjologia
2.	Cykl rozpoczęcia	2017/2018 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Społeczne aspekty reklamy

Kod modułu: 05-SO-R-N1-SAR

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
S1_SAR_2	Student rozumie mechanizmy społecznego oddziaływania reklamy i potrafi wskazać ich źródła i przebieg Student potrafi powiązać zjawiska przedstawione w reklamie z pojęciami socjologicznymi (m.in. rola, prestiż, grupy odniesienia, style życia)	S1_U01	3
		S1_U02	4
S1_SAR_3	Student potrafi odnieść treści reklamy do ich uwarunkowań społecznych, potrafi wskazać do jakiego problemu społecznego odnosi się dany komunikat reklamowy i jest w stanie wskazać jakie ewentualne konsekwencje społeczne może nieść treść komunikatu reklamowego	S1_U01	3
		S1_U04	4
S1_SAR_4	Student posiada umiejętność odczytywania komunikatów reklamowych pod kątem problemów społecznych, analizowania i badania	S1_U02	3
		S1_U03	4
		S1_U15	4
S1_SAR_5	Student posiada postawę refleksyjną i krytyczną wobec komunikatów reklamowych	S1_K09	4
		S1_U13	3
S1_SAR_1	Student zna podstawowe pojęcia związane z reklamą w ujęciu procesów komunikacyjnych i społecznych. Student zna podstawowe podejścia badawcze związane z analizą i badaniem obrazu	S1_W01	3
		S1_W19	4
		S1_W20	4

3. Opis modułu	
Opis	Moduł „Społeczne aspekty reklamy” ma na celu pokazanie zjawiska reklamy jako komunikatu ściśle powiązanego z otaczającą go rzeczywistością społeczną i oddziaływującą na nią. Student powinien zyskać świadomość zarówno odnośnie społecznych problemów zwartych w reklamie jak i konsekwencji społecznych wynikających z ich poruszania i specyficznego przedstawiania. Student powinien umieć powiązać reklamę z podstawowymi

	pojęciami socjologicznymi i umieć je w reklamach lub mechanizmach reklamy dostrzec, analizować, badać. Celem modułu jest wypracowanie refleksyjnej i krytycznej postawy wobec przekazów reklamowych.
Wymagania wstępne	Wstęp do socjologii, podstawy teorii o komunikowaniu

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
S1_SAR_w_1	Egzamin	- weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta; - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: egzamin ustny / pisemny, zadanie problemowe, projekt (indywidualny, grupowy), praca w formie pisemnej, gdzie konieczne jest wykazanie się określoną wiedzą i umiejętnościami, np. esej, recenzja, itp. - wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * egzamin pisemny lub test nie powinien stanowić jedynej formy weryfikacji	S1_SAR_2, S1_SAR_3, S1_SAR_4, S1_SAR_5, S1_SAR_1
S1_SAR_w_2	Sprawdzian	- weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta; - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: kolokwium ustne/pisemne, test otwarty / wyboru, sprawdzian*, praca wymagająca określonych umiejętności i wiedzy np.: recenzja, case study, projekt (indywidualny, grupowy), zadania problemowe, sprawozdanie, portfolio, prezentacja z dyskusją, prowadzenie / udział w dyskusji, itp. - wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * kolokwium, sprawdzian lub test nie powinien stanowić jedynej formy weryfikacji	S1_SAR_2, S1_SAR_3, S1_SAR_4, S1_SAR_5, S1_SAR_1
S1_SAR_w_3	Aktywność własna studenta (opcjonalnie)	Weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w oparciu o treści zajęć, wskazaną w sylabusie literaturę i doświadczenia własne	S1_SAR_2, S1_SAR_3, S1_SAR_4, S1_SAR_5, S1_SAR_1

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	
S1_SAR_fs_1	wykład	Interaktywny, przedstawienie głównych odniesień i powtań komunikatu reklamowego z pojęciami socjologicznymi, wykorzystanie multimediów, filmów	14	Praca pisemna- analiza wybranego problemu społecznego powiązanego z reklamą	66	S1_SAR_w_1
S1_SAR_fs_2	ćwiczenia	Analiza reklam, wykonanie projektu, dyskusja	10	Przygotowanie i wykonanie projektu reklamy	66	S1_SAR_w_2, S1_SAR_w_3