

1.	Nazwa kierunku	kulturoznawstwo
2.	Cykl rozpoczęcia	2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Reklama

Kod modułu: 02-KO1S-16-58

1. Liczba punktów ECTS: 1

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
58_K04	rozumie potrzebę interdyscyplinarnego podejścia do rozwiązywanych problemów, integrowania wiedzy dotyczącej reklamy z różnych dyscyplin oraz praktykowania samokształcenia służącego pogłębianiu zdobytej wiedzy	02-KO1SN-12_K04	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_U13	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

Opis	
------	--

	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.
Wymagania wstępne	Brak.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
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

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