

1.	Field of study	Promotional and Crisis Communication
2.	Academic year of entry	2017/2018 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
4.	Degree profile	practical
5.	Mode of study	full-time

Module: Narzędzia i metody promocji: reklama

Module code: 02-KPIKS-NMPR

1. Number of the ECTS credits: 3

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
NMPR_1	Posiada uporządkowaną wiedzę w językoznawstwie i literaturze zorientowaną na wykorzystanie jej w promocji	Kpik_W03	2
NMPR_10	Potrafi ocenić i wybrać właściwe procedury doboru mediów i narzędzi promocyjno-marketingowych do konstruowania kampanii	Kpik_U15	4
NMPR_11	Potrafi porozumieć się ze specjalistami w zakresie marketingu i promocji	Kpik_U17	1
NMPR_12	Potrafi wybrać i ocenić zadania priorytetowe, które najlepiej posłużą do realizacji zamierzonych celów	Kpik_K03	3
NMPR_13	Ma podstawową wiedzę na temat odbiorców reklamy i mediów, sposobów ich określania, językowej identyfikacji oraz diagnozowania ich potrzeb	Kpik_W12	3
NMPR_14	Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy	Kpik_K09	2
NMPR_2	Zna terminologię z zakresu reklamy potrzebną do działań promocyjnych i medialnych	Kpik_W04	2
NMPR_3	Zna podstawowe zasady funkcjonowania systemu medialnego w Polsce	Kpik_W05	4
NMPR_4	Ma podstawową wiedzę na temat odbiorców działań promocyjnych w zakresie reklamy	Kpik_W11	4
NMPR_5	Ma podstawową wiedzę na temat ewaluacji efektów działań promocyjnych w zakresie reklamy	Kpik_W14	3
NMPR_6	Ma wiedzę o metodach i technikach pozyskiwania danych w zakresie reklamy	Kpik_W16	2
NMPR_7	Potrafi wyszukiwać, analizować i oceniać dane potrzebne do działań promocyjnych w zakresie reklamy	Kpik_U01	3
NMPR_8	Samodzielnie planuje i realizuje typowe projekty promocyjno-reklamowe; planuje komunikację z klientem poprzez media	Kpik_U04	3
NMPR_9	Potrafi ocenić przydatność badań jakościowych i ilościowych do działań promocyjnych w zakresie reklamy	Kpik_U14	3

3. Module description	
Description	Celem zajęć jest przedstawienie podstawowych pojęć, modeli i technik stosowanych w reklamie takich jak media drukowane, elektroniczne, reklama zewnętrzna i gadżety promocyjne. Szczegółowo omawiane są techniki tworzenia tekstów i przekazów reklamowych i podstawowych dokumentów w komunikacji z klientem, współpracownikami i podwykonawcami. Podczas zajęć studenci analizują wybrane przekazy reklamowe, a także tworzą własne reklamy.
Prerequisites	Brak

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
e_1	egzamin	Egzamin w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	NMPR_1, NMPR_10, NMPR_11, NMPR_12, NMPR_13, NMPR_14, NMPR_2, NMPR_3, NMPR_4, NMPR_5, NMPR_6, NMPR_7, NMPR_8, NMPR_9
z_1	zaliczenie	Zaliczenie w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	NMPR_1, NMPR_10, NMPR_11, NMPR_12, NMPR_13, NMPR_14, NMPR_2, NMPR_3, NMPR_4, NMPR_5, NMPR_6, NMPR_7, NMPR_8, NMPR_9

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
NMPR_C	practical classes	metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne), metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna), metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego	20	Samodzielna realizacja wskazanych partii materiału, analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórka i ugruntowanie materiału przedstawionego na zajęciach; praca w grupach	40	z_1
NMPR_W	lecture	metoda podająca (wykład informacyjny, prezentacja multimedialna) oraz metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny)	10	samodzielna, wnikliwa lektura podanych tekstów, powtórka i ugruntowanie materiału omówionego na wykładzie	20	e_1