

1.	Nazwa kierunku	komunikacja promocyjna i kryzysowa
2.	Cykl rozpoczęcia	2017/2018 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	praktyczny
5.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Struktura kampanii promocyjnej

Kod modułu: 02-KPIKS-SKP

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
SKP_1	Zna podstawowe zasady funkcjonowania systemu medialnego w Polsce i w świecie	Kpik_W05	2
SKP_10	Potrafi ocenić i wybrać w odpowiedzi właściwe procedury doboru mediów i narzędzi promocyjno-marketingowych dla kampanii	Kpik_U15	5
SKP_11	Potrafi zaprezentować wyniki swojej pracy	Kpik_U16	5
SKP_12	Potrafi porozumiewać się ze specjalistami w zakresie marketingu, promocji, kom. społ. w jęz. polskim i przynajmniej jednym obcym	Kpik_U17	1
SKP_2	Ma podstawową wiedzę na temat struktury agencji prom., redakcji, zasad i celów, jakimi się kierują	Kpik_W06	2
SKP_3	Ma podstawową wiedzę na temat prawnych uwarunkowań funkcjonowania agencji i redakcji	Kpik_W07	2
SKP_4	Ma podstawową wiedzę o ekonomicznych i marketingowych uwarunkowaniach działania agencji prom., redakcji	Kpik_W08	2
SKP_5	Ma podstawową wiedzę o metodach i procedurach funkcjonujących w agencjach i redakcjach i jedn. upoisz. kultury	Kpik_W09	2
SKP_6	Posiada podstawową wiedzę o ewaluacji efektów działań promocyjnych w zakresie odbiorców rekl. i mediów oraz ich potrzeb	Kpik_W14	3
SKP_7	Ma wiedzę podstawową o technikach i metodach pozyskiwania danych w działalności promocyjnej	Kpik_W17	3
SKP_8	Potrafi wyszukiwać i analizować, oceniać i selekcjonować informacje dotyczące działań promocyjnych i konstruować kampanię prom	Kpik_U01	5
SKP_9	Samodzielnie planuje typowe projekty reklamowo-promocyjne	Kpik_U04	5

3. Opis modułu	
Opis	Celem przedmiotu jest wykształcenie praktycznej umiejętności planowania, konstruowania i sformułowania w formie dokumentu struktury kampanii promocyjnej (a także kampanii PR); studenci poznają sposoby gromadzenia materiału, weryfikacji danych ekonomicznych, projektowania szans i zagrożeń dla kampanii; poznają techniki myślenia kreatywnego, konstruowania hasła i głównego przesłania kampanii, tworzenia wizualnego przekazu, analizowania i optymalizacji mediów pod kątem tworzenia strategii mediów w ramach kampanii promocyjnej, dobierania narzędzi promocyjnych do założonych celów, weryfikacji i obliczania budżetu oraz sposobów ewaluacji efektów kampanii. W ramach zajęć każdy student powinien posiadać umiejętność skonstruowania i interpretacji podstawowych dokumentów: briefu promocyjnego i strategii.
Wymagania wstępne	Brak

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
e_1	egzamin	Egzamin w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	SKP_1, SKP_10, SKP_11, SKP_12, SKP_2, SKP_3, SKP_4, SKP_5, SKP_6, SKP_7, SKP_8, SKP_9
z_1	zaliczenie	Zaliczenie w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	SKP_1, SKP_10, SKP_11, SKP_12, SKP_2, SKP_3, SKP_4, SKP_5, SKP_6, SKP_7, SKP_8, SKP_9

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	
SKP_C	ćwiczenia	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; przygotowanie części lub całości prezentacji; powtórka i ugruntowanie materiału przedstawionego na zajęciach.	40	z_1
SKP_W	wykład	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	50	e_1