

1.	Field of study	Film and TV Production Management
2.	Academic year of entry	2017/2018 (winter term), 2018/2019 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	second-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	full-time

Module: Theory and practice of advertising

Module code: 09-OF-S2-RWa

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)
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. Module description	
Description	Zajęcia służą przybliżeniu zagadnień z zakresu istoty i technik reklamowych a także przygotowaniu studenta do samodzielnego projektowania i realizacji audiowizualnego przekazu reklamowego
Prerequisites	

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
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. 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	
RWa_fs_1	lecture	Prezentowany jest dorobek teoretyczny przedmiotu ilustrowany przykładami kampanii reklamowych	30	Przyswojenie wiedzy teoretycznej w oparciu o studia zaleconych materiałów	30	RWa_w_1
RWa_fs_2	practical classes	Warsztaty poświęcane dyskusji nad kolejnymi etapami przygotowania kampanii reklamowej	15	Samodzielne studia nad problematyka analizowaną w trakcie ćwiczeń	15	RWa_w_1