

1.	Nazwa kierunku	politologia
2.	Cykl rozpoczęcia	2017/2018 (semestr zimowy), 2018/2019 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Reklama

Kod modułu: R

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
R_K_1	Jest przygotowany do uczestnictwa w budowaniu zinstytucjonalizowanych form aktywności obywatelskiej	POL_1_K02	3
R_K_2	Jest przygotowany do kierowania małymi zespołami ludzkimi	POL_1_K02	3
R_K_3	Ma potrzebę dalszego uzupełniania wiedzy oraz doskonalenia i poszerzania umiejętności	POL_1_K09	4
R_U_1	potrafi analizować postawy i zachowania jednostek oraz grup społecznych w życiu publicznym	POL_1_U01	3
R_U_2	posiada zdolność analizowania i oceniania treści przekazu medialnego i jego wykorzystania w działalności publicznej	POL_1_U19	4
R_W_1	ma wiedzę o strukturach społecznych, politycznych, ekonomicznych i kulturowych oraz rozumie procesy ich zmian	POL_1_W15	3
R_W_2	ma informację na temat mediów w warunkach społeczeństwa informacyjnego	POL_1_W07	3

3. Opis modułu	
Opis	Student pozna podstawowe prawidłowości i zasady komunikowania perswazyjnego. W trakcie realizacji modułu wyjaśniono zostaną relacje między rynkiem, reklamą i marketingiem. Studenci zrealizują projekty, w trakcie których poznają właściwości podstawowych nośników reklamy. Zaliczenie modułu pozwoli uczestnikowi zająć samodzielnie, jak i grupie realizować projekty reklamowe w poszczególnych segmentach mediów periodycznych, jak i pozostałych nośnikach reklamy
Wymagania wstępne	Opcjonalnie: wymagania wstępne (można podać albo kody efektów dla obszaru / kierunku bądź wskazać moduły, bądź opisać konkretne efekty kształcenia)

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
R_w_1	Pisemne sprawdziany wiedzy	Prowadzący na początku zajęć przeprowadza krótkie sprawdziany pisemne pozwalające zweryfikować przygotowanie do zadanego tematu	R_W_1, R_W_2
R_w_2	Dyskusja moderowana przez prowadzącego w trakcie zajęć	Prowadzący stawia problem określonej grupie, następnie w oparciu o podaną wcześniej literaturę oraz analizę danego segmentu nośników reklamy rozwiązywane są kwestie obrębie danego tematu	R_K_1, R_U_1, R_U_2, R_W_1, R_W_2
R_w_3	Prezentacje kreacyjne	Studenci w kilkusobowych grupach przedstawiają określone zagadnienia, w opracowanej autorsko formie	R_K_1, R_K_2, R_K_3, R_U_1, R_U_2, R_W_1, R_W_2

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	
R_fns.1	konwersatorium	Wprowadzenie do tematu i prowadzenie rozmów ze słuchaczami na temat zaplanowanych tematów	10	lektura uzupełniająca, praca z literaturą przedmiotu Przygotowanie prezentacji	50	R_w_1, R_w_2, R_w_3