

1.	Field of study	Cultural Studies
2.	Academic year of entry	2018/2019 (winter term)
3.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
4.	Degree profile	general academic
5.	Mode of study	part-time

Module: Publicity

Module code: 02-KO1N-16-58

1. Number of the ECTS credits: 2

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 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. Module description

Description	
--------------------	--

	Moduł Reklama zapoznaje studenta z zarysem historii reklamy od jej początków po formy nowomiedialne. 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.
Prerequisites	Brak.

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
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. 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	
02-KO1N-13-f_w	lecture	wykład połączony z prezentacją multimedialną	10	studiowanie tekstów naukowych	20	02-KO1SN-12-w_t