

|    |                           |                               |
|----|---------------------------|-------------------------------|
| 1. | Nazwa kierunku            | międzynarodowe studia polskie |
| 2. | Cykl rozpoczęcia          | 2018/2019 (semestr zimowy)    |
| 3. | Poziom kształcenia        | studia pierwszego stopnia     |
| 4. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki              |
| 5. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna                   |

**Moduł kształcenia:** Promocja i reklama turystyki kulturowej

**Kod modułu:** 02-MSP1OS-14-TPRTK

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

| 2. Zakładane efekty kształcenia modułu |                                                                                                                                                                                                        |                             |                                |
|----------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|
| kod                                    | opis                                                                                                                                                                                                   | efekty kształcenia kierunku | stopień realizacji (skala 1-5) |
| TPRTK_1                                | Student posiada podstawową wiedzę o specyfice studiów nad językiem i jego uwikłań kulturowych wśród dyscyplin humanistycznych i społecznych.                                                           | K_W01                       | 3                              |
| TPRTK_10                               | Student posiada znajomość języka obcego w stopniu wystarczającym do sformułowania prostego tekstu promocyjnego i reklamowego.                                                                          | K_U14                       | 5                              |
| TPRTK_11                               | Student docenia wartość właściwego zaplanowania pracy nad przygotowaniem przekazu promocyjnego i reklamowego, dostrzega konieczność merytorycznego przygotowania się do promocji turystyki kulturowej. | K_K04                       | 4                              |
| TPRTK_12                               | Student jest uwrażliwiony na podobieństwa i różnice międzykulturowe, dopasowując formę i treść przekazu reklamowego do odbiorcy spoza swojego kręgu kulturowego.                                       | K_K08                       | 4                              |
| TPRTK_13                               | Student wykazuje zainteresowanie bieżącym życiem kulturalnym.                                                                                                                                          | K_K12                       | 4                              |
| TPRTK_2                                | Student wie, jak korzystać z osiągnięć różnych dziedzin nauki (np. psychologii, teorii komunikacji, estetyki, ekonomii), tworząc komunikat promujący turystykę kulturową.                              | K_W03                       | 4                              |
| TPRTK_3                                | Student posiada uporządkowaną wiedzę o strukturze i różnicowaniu stylowym języka polskiego.                                                                                                            | K_W07                       | 3                              |
| TPRTK_4                                | Student zna różne gatunki tekstów artystycznych i użytkowych.                                                                                                                                          | K_W08                       | 2                              |
| TPRTK_5                                | Student zna sposoby językowego kreowania skutecznych komunikatów reklamowych i promocyjnych dotyczących turystyki kulturowej.                                                                          | K_W11                       | 5                              |
| TPRTK_6                                | Student ma wiedzę na temat procesów komunikowania interpersonalnego w różnych kręgach kulturowych w perspektywie ich wykorzystania w działaniach promocyjnych i reklamowych.                           | K_W12                       | 5                              |
| TPRTK_7                                | Student umie zastosować różne podejścia metodologiczne, by zidentyfikować i przeanalizować problemy komunikacyjne natury językowej i kulturowej występujące w materiałach promocyjno-reklamowych.      | K_U03                       | 4                              |

|         |                                                                                                                                                                                                                |       |   |
|---------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|---|
| TPRTK_8 | Student potrafi użyć nabytej wiedzy teoretycznej z zakresu wiedzy o kulturze i o języku polskim, by dokonać krytycznej analizy językowej i kulturoznawczej różnorodnych materiałów reklamowych i promocyjnych. | K_U06 | 4 |
| TPRTK_9 | Student potrafi przygotować pracę semestralną spełniającą wymogi promocji i reklamy z pełnym poszanowaniem praw autorskich wykorzystywanych tekstów i dzieł.                                                   | K_U12 | 4 |

| 3. Opis modułu           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Opis</b>              | Moduł wyposaża studentów w wiedzę niezbędną podczas analizy strategii promocyjnych stosowanych w propagowaniu turystyki kulturowej z uwzględnieniem charakterystyki językowo-kulturowej odbiorcy. Umożliwia rozwinięcie umiejętności konstruowania poprawnych językowo, wartościowych informacyjnie i marketingowo przekazów reklamowych. |
| <b>Wymagania wstępne</b> | brak                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

| 4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu |              |                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                         |
|---------------------------------------------------|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| kod                                               | nazwa (typ)  | opis                                                                                                                                                                                                                                          | efekty kształcenia modułu                                                                                               |
| TPRTK_w_1                                         | Test pisemny | Test pisemny z pytaniami otwartymi i zamkniętymi sprawdzający ogólną wiedzę z zakresu modułu.                                                                                                                                                 | TPRTK_1, TPRTK_10, TPRTK_11, TPRTK_12, TPRTK_13, TPRTK_2, TPRTK_3, TPRTK_4, TPRTK_5, TPRTK_6, TPRTK_7, TPRTK_8, TPRTK_9 |
| TPRTK_w_2                                         | Prezentacja  | Opracowanie materiałów (ulotka, plakat, filmik, strona internetowa itp.) promujących wybrane wydarzenie lub miejsce związane z turystyką kulturalną – wraz z charakterystyką grupy docelowej i uzasadnieniem wybranych strategii prezentacji. | TPRTK_1, TPRTK_10, TPRTK_11, TPRTK_12, TPRTK_13, TPRTK_2, TPRTK_3, TPRTK_4, TPRTK_5, TPRTK_6, TPRTK_7, TPRTK_8, TPRTK_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 |                                         |
| TPRTK_fs_1                    | wykład                    | Wykład z elementami dyskusji.                                        | 15            | Krytyczna lektura zadanych tekstów naukowych, korzystanie z informacji źródłowych; przygotowanie do testu.                                                                 | 15            | TPRTK_w_1                               |
| TPRTK_fs_2                    | laboratorium              | Metoda problemowa, metoda projektu, studium przypadku, burza mózgów. | 15            | Samodzielne zebranie i opracowywanie informacji służących przygotowaniu materiałów promujących turystykę kulturową. Przygotowanie materiałów promocyjnych lub reklamowych. | 45            | TPRTK_w_2                               |