

1.	Nazwa kierunku	sztuka pisania
2.	Wydział	Wydział Humanistyczny
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Poetyka reklamy

Kod modułu: 02-PI-S1-PR

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PR_1	student zna podstawową terminologię z zakresu poetyki reklamy	K_W03	1
PR_2	posiada narzędzia umożliwiające analizę poetyki reklamowej	K_W06	1
PR_3	potrafi analizować reklamę jako tekst współczesnej kultury	K_U01	1
PR_4	potrafi przedstawić spójną interpretację reklamy z wykorzystaniem kontekstów kulturowych	K_U02	1
PR_5	posiada umiejętność oceny i interpretacji reklam we współczesnej kulturze	K_U06	1

3. Opis modułu	
Opis	Zajęcia mają na celu przygotowanie do analizy i interpretacji reklamy jako tekstu współczesnej kultury. Reklama przedstawiona zostaje nie tylko jako forma perswazji, ale także jako zjawisko językowe wraz z towarzyszącą mu poetyką obrazu, ruchu i dźwięku. Student nabiera kompetencji w zakresie kompozycyjnej analizy praktyki reklamowej w różnych jej przejawach i formach oraz zdobywa narzędzia ułatwiające taką analizę.
Wymagania wstępne	Brak

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
PR_w_1	zaliczenie ćwiczeń	Ustne lub pisemne zaliczenie, w którego zakres wchodzi umiejętności ukształtowane w trakcie kursu. Formę zaliczenia określa prowadzący zajęcia.	PR_1, PR_2, PR_3, PR_4, PR_5

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PR_fns_1	ćwiczenia	Zajęcia ćwiczeniowe, wykorzystujące zaproponowane przez prowadzącego teksty naukowe, z elementami warsztatowymi.	30	Lektura własna, przygotowanie do testu kompetencji	30	PR_w_1