

1.	Nazwa kierunku	międzynarodowe studia polskie
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: Promocja i reklama turystyki kulturowej

Kod modułu: 02-MSP1OS-14-TPRTK

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się 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 zróżnicowaniu 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	
Opis	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.
Wymagania wstępne	brak

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się 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 uczenia się
	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