

1.	Field of study	Cultural Studies
2.	Faculty	Faculty of Humanities
3.	Academic year of entry	2019/2020 (winter term), 2020/2021 (winter term), 2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term)
4.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	part-time

Module: Ads Analysis

Module code: 02-K01N-12-34b

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)
34b_K03	Potrafi pracować w grupie	02-KO1SN-12_U16	5
34b_K04	odróżnia informację od perswazji, odróżnia fakty od opinii, dostrzega i analizuje konteksty niezbędne do interpretacji zachowań komunikacyjnych	02-KO1SN-12_K01	5
34b_U05	potrafi rozpoznać różne rodzaje zachowań perswazyjnych w dyskursie reklamowym; umie przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem poznanych metod, potrafi określić ich znaczenia oraz zrekonstruować i omówić sposoby ich oddziaływania społecznego, a także miejsce w kulturze współczesnej	02-KO1SN-12_U05	5
34b_U06	umie logicznie, spójnie i merytorycznie argumentować na rzecz przyjętego stanowiska, korzystając z poznanych teoretycznych ujęć komunikacji reklamowej i metodologicznych narzędzi jej oglądu, oraz formułować wnioski	02-KO1SN-12_U06	5
34b_U09	umie przygotować i zaprezentować różne formy informacyjnych i perswazyjnych wystąpień z wykorzystaniem multimedialnych, w tym właściwych dyskursowi reklamowemu	02-KO1SN-12_U09	5
34b_U13	potrafi wskazać szanse i zagrożenia dla człowieka we współczesnym zmediatyzowanym społeczeństwie, wykorzystując standardowe metody i narzędzia z obszaru badań nad komunikacją perswazyjną	02-KO1SN-12_K04	5
34b_W06	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju badań nad reklamą	02-KO1SN-12_W06	5
34b_W07	zna i rozumie podstawowe metody analizy przekazów o charakterze reklamowym występujących w dyskursie publicznym	02-KO1SN-12_W07	5
34b_W09	ma świadomość kompleksowej natury języka dyskursu reklamowego; świadomy jest jego złożoności i historycznej zmienności jego znaczeń	02-KO1SN-12_W09	5

34b_W14	ma podstawową wiedzę o społecznym charakterze człowieka w perswazyjnie nastawionym dyskursie reklamowym; ma wiedzę o wpływie jego medialnego zapośredniczenia na kształt komunikacji;	02-KO1SN-12_W14	5
---------	---	-----------------	---

3. Module description

Description	Moduł Analiza przekazów reklamowych obejmuje następujące bloki tematyczne: tabu i stereotypy w reklamie; reklama w nowych mediach; interaktywność w reklamie; lokowanie produktu; estetyka przekazów reklamowych (kicz, intertekstualność, związki pomiędzy reklamą i sztuką). Zapoznaje studenta zarówno z reklamą komercyjną, jak i reklamą w polityce oraz kampaniami społecznymi. Prowadzący omawia też, na poziomie elementarnym, prawne granice wolności w reklamie w Polsce i na świecie. Studenci zostają wyposażeni w podstawową wiedzę dotyczącą planowania mediów, przygotowania kampanii reklamowej, strategii kampanii reklamowych oraz badania skuteczności przekazu. Studenci analizują polską reklamę prasową pod kątem wskazanych tematów. Przygotowują też swój projekt kampanii reklamowej.
Prerequisites	Brak.

4. Assessment of the learning outcomes of the module

code	type	description	learning outcomes of the module
02-KO1SN-12-w_p	prezentacja multimedialna	sprawdzenie wiedzy i umiejętności poprzez przygotowywane w grupach prezentacje multimedialne	34b_K04, 34b_U05, 34b_U06, 34b_U09, 34b_U13, 34b_W07, 34b_W09, 34b_W14
02-KO1SN-12-w_r	projekt	przygotowywany w grupach projekt kampanii reklamowej wykorzystujący nabytą wiedzę	34b_K03, 34b_W06, 34b_W07, 34b_W09

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-KO1S-12-f_l	laboratory classes	dyskusja na temat wskazanych lektur i analiza przekazów reklamowych, elementy wykładu na temat historii reklamy, prezentacje wybranych tematów z zakresu praktyki reklamy oraz przygotowanych projektów kampanii reklamowej	10	praca ze wskazaną literaturą przedmiotu, przygotowanie w grupach prezentacji wybranego tematu oraz projektów kampanii reklamowych	40	02-KO1SN-12-w_p, 02-KO1SN-12-w_r