

|    |                           |                                                        |
|----|---------------------------|--------------------------------------------------------|
| 1. | <b>Nazwa kierunku</b>     | <b>kultury mediów</b>                                  |
| 2. | Wydział                   | Wydział Humanistyczny                                  |
| 3. | Cykl rozpoczęcia          | 2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy) |
| 4. | Poziom kształcenia        | studia pierwszego stopnia                              |
| 5. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki                                       |
| 6. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna                                            |

**Moduł kształcenia:** Wybrane zagadnienia z historii, teorii i praktyki reklamy

**Kod modułu:** 02-MO1S-13-37b

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

| <b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b> |                                                                                                                                                                                        |                                    |                                       |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>kod</b>                                    | <b>opis</b>                                                                                                                                                                            | <b>efekty uczenia się kierunku</b> | <b>stopień realizacji (skala 1-5)</b> |
| 37b_K02                                       | potrafi współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role                                                                                                                            | 02-MO1SN-13_U15                    | 5                                     |
| 37b_K03                                       | potrafi odpowiednio określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie i innych zadania                                                                                   | 02-MO1SN-13_U16                    | 5                                     |
| 37b_U04                                       | potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną w analizie konkretnych przekazów reklamowych; sprawnie i ze zrozumieniem posługuje się specjalistyczną terminologią                           | 02-MO1SN-13_U04                    | 5                                     |
| 37b_U05                                       | umie wskazać zastosowane w reklamie środki wyrazu; rozumie specyfikę poszczególnych komunikatów reklamowych                                                                            | 02-MO1SN-13_U05                    | 5                                     |
| 37b_U08                                       | w oparciu o zdobytą wiedzę umie przygotować projekt kampanii reklamowej                                                                                                                | 02-MO1SN-13_U08                    | 5                                     |
| 37b_U14                                       | posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych związanych z rozwojem reklamy                                                                                        | 02-MO1SN-13_U13                    | 5                                     |
| 37b_W03                                       | ma uporządkowaną wiedzę ogólną z zakresu historii, teorii i praktyki reklamy; zna podstawową terminologię                                                                              | 02-MO1SN-13_W03                    | 5                                     |
| 37b_W05                                       | ma podstawową wiedzę o powiązaniach kulturoznawczej analizy reklam z oglądem reklamy przez inne dziedziny i dyscypliny naukowe, tj. estetyka, wiedza o sztuce, psychologia, socjologia | 02-MO1SN-13_W05                    | 5                                     |
| 37b_W06                                       | ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju badań nad reklamą                                                                                                                   | 02-MO1SN-13_W06                    | 5                                     |
| 37b_W12                                       | ma wiedzę o rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz ich elementów                                                                                                             |                                    |                                       |

|  |  |                 |   |
|--|--|-----------------|---|
|  |  | 02-MO1SN-13_W12 | 5 |
|--|--|-----------------|---|

### 3. Opis modułu

|                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Opis</b>              | Moduł Wybrane zagadnienia z historii, teorii i praktyki reklamy ma dać studentom ogólną orientację w zakresie wskazanym w nazwie przedmiotu. We ścieżce studenci zostają wprowadzeni w historię reklamy, psychologię reklamy, także w takie zagadnienia, jak estetyka reklamy czy kicz w reklamie. Uczą się dostrzegać najważniejsze związki pomiędzy reklamą i sztuką. Zaznajamiają się również, w ogólnym zarysie, ze strategiami kampanii reklamowych, czy zjawiskami bardziej szczegółowymi, np. product placement. Poświęcają uwagę rozważeniu zagadnienia budowania rzeczywistości społecznej przez reklamę. W czasie trwania kursu studenci rozważają ponadto estetyczne i etyczne granice w reklamie. |
| <b>Wymagania wstępne</b> | Rekomenduje się zaliczenie przedmiotów: wstęp do teorii komunikacji, logika i semiotyka, komunikacja kulturowa oraz komunikacja masowa.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

### 4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu

| kod             | nazwa (typ)           | opis                                                                                            | efekty uczenia się modułu                            |
|-----------------|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|
| 02-MO1SN-13-w_d | dyskusja sprawdzająca | sprawdzenie umiejętności i kompetencji na podstawie dyskusji na temat wskazanych lektur         | 37b_K02, 37b_K03, 37b_U08, 37b_U14, 37b_W06, 37b_W12 |
| 02-MO1SN-13-w_p | prezentacja           | prezentacja multimedialna wybranego tematu z zakresu teorii i praktyki reklamy                  | 37b_U04, 37b_U05, 37b_W03, 37b_W05                   |
| 02-MO1SN-13-w_r | projekt               | przygotowywany w grupach projekt kampanii reklamowej wykorzystujący wiedzę nabytą podczas zajęć | 37b_K02, 37b_K03, 37b_U08                            |

### 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 |                                                   |
| 02-MO1S-13-f_l | laboratorium              | 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 | 30            | praca ze wskazaną literaturą przedmiotu, przygotowanie w grupach prezentacji wybranego tematu oraz projektów kampanii reklamowych | 30            | 02-MO1SN-13-w_d, 02-MO1SN-13-w_p, 02-MO1SN-13-w_r |