

1.	Nazwa kierunku	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Marketing i reklama

Kod modułu: MiR

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
MiR_K_1	Jest przygotowany stosować w praktyce marketingowej normy etyczne	K10	5
MiR_K_2	Doceniając wagę kreatywnego podejścia jest przygotowany do uczestniczenia w projektach z zakresu marketingu i reklamy wymagających współpracy w grupie	K09 K13	4 4
MiR_U_1	Identyfikuje, analizuje, ocenia wybrane zjawiska z zakresu marketingu i reklamy, formułuje krytyczne sądy na temat konsekwencji stosowania marketingu i reklamy w życiu społecznym	U01 U02 U03	5 5 5
MiR_U_2	Przedstawia, z zachowaniem profesjonalnych (w tym etycznych) zasad właściwych dla praktyki studiowanej dziedziny, rozwiązania problemów związanych ze stosowaniem strategii marketingowych oraz reklamowych	U08 U10	4 4
MiR_W_1	Zna terminologię, wybrane modele i koncepcje teoretyczne z zakresu marketingu i reklamy	W01 W10	5 5
MiR_W_2	Rozumie i posiada pogłębioną wiedzę na temat tendencji rozwojowych i uwarunkowań procesu marketingu, zarządzania marketingowego oraz zarządzania reklamą, rozumie konsekwencje społeczne tych procesów	W06 W07	4 4

3. Opis modułu	
Opis	Celem wykładów i ćwiczeń jest zapoznanie studentów w warstwie teoretycznej i praktycznej z problematyką marketingu i reklamy. Student ma zdobyć wiedzę, dzięki której będzie potrafił opisać i wyjaśnić proces marketingu i reklamy z uwzględnieniem jego podstawowych uwarunkowań oraz krytycznie rozważyć podstawowe dylematy teoretyczne i praktyczne związane z tymi dziedzinami. Zajęcia mają także służyć zdobyciu podstawowych umiejętności i

	kompetencji służących wykorzystaniu zasad i instrumentarium marketingu i reklamy, a także wypracowaniu postawy doceniającej wartość twórczego i etycznego zaangażowania w te procesy.
Wymagania wstępne	Zna podstawowe teorie dotyczące komunikacji społecznej i zarządzania

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
MiR_w_1	Zaliczenie	W trakcie ćwiczeń prowadzący ocenia wiedzę, umiejętności i kompetencje studentów na podstawie ich aktywności w moderowanej przez niego dyskusji oraz przygotowanych przez studentów projektów polegających na omówieniu wybranych, przedmiotowych problemów	MiR_K_1, MiR_K_2, MiR_U_1, MiR_U_2, MiR_W_1, MiR_W_2
MiR_w_2	Egzamin pisemny	Prowadzący zadaje pytania obejmujące przedmiotową wiedzę i stawia problemy do rozwiązania wymagające wykorzystania zdobytych w trakcie zajęć umiejętności.	MiR_U_1, MiR_U_2, MiR_W_1, MiR_W_2

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	
MiR_r_1	wykład	wykład wybranych zagadnień z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	30	- przygotowanie studenta do egzaminu, - lektura literatury przedmiotowej.	45	MiR_w_2
MiR_r_2	ćwiczenia	- dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia, - studia przypadków, - analizowanie i rozwiązywanie praktycznych problemów z zakresu marketingu i reklamy.	15	- studia literatury przedmiotu, - przygotowywanie wystąpień ustnych, - praca w grupie nad projektami realizowanymi w ramach zajęć	45	MiR_w_1