

1.	Nazwa kierunku	socjologia
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	2019/2020 (semestr zimowy), 2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy), 2022/2023 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Psychologiczne aspekty reklamy

Kod modułu: 05-SO-R-S1-PAR

1. Liczba punktów ECTS: 3

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
S1_PAR_2	Student zna i rozumie psychologiczne mechanizmy i socjotechniki stosowane w przekazach reklamowych	S1_W03 S1_W08	3 4
S1_PAR_3	Student potrafi rozpoznać psychologiczne mechanizmy i środki perswazyjne stosowane w reklamie	S1_U02	3
S1_PAR_4	Student potrafi dokonać analizy zastosowanych środków perswazyjnych i psychologicznych i przewidzieć konsekwencje ich zastosowania	S1_U04 S1_U13 S1_U15	2 4 4
S1_PAR_5	Student posiada postawę etyczną wobec stosowanych mechanizmów psychologicznych i perswazyjnych w przekazie reklamowym	S1_K07 S1_U13	2 4
S1_PAR_1	Student zna podstawowe pojęcia związane z socjologią, psychologią społeczną, mediami	S1_W19 S1_W20	3 3

3. Opis modułu	
Opis	Celem modułu jest pokazanie działania podstawowych mechanizmów z zakresu psychologii społecznej i działań perswazyjnych w komunikatach reklamowych. Student posiada umiejętności rozpoznawania, analizowania i umiejętność zastosowania obserwowanych technik w przekazie reklamowym. Celem jest wskazanie dylematów etycznych związanych ze stosowaniem socjotechnik i mechanizmów perswazyjnych na odbiorcę.
Wymagania wstępne	Zajęcia z psychologii społecznej, podstaw marketingu oraz społecznych aspektów reklamy

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
S1_PAR_w_1	Egzamin	- weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta; - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: egzamin ustny / pisemny, zadanie problemowe, projekt (indywidualny, grupowy), praca w formie pisemnej, gdzie konieczne jest wykazanie się określoną wiedzą i umiejętnościami, np. esej, recenzja, itp. - wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * egzamin pisemny lub test nie powinien stanowić jedynej formy weryfikacji	S1_PAR_2, S1_PAR_3, S1_PAR_4, S1_PAR_5, S1_PAR_1
S1_PAR_w_2	Sprawdzian	- weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta; - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: kolokwium ustne/pisemne, test otwarty / wyboru, sprawdzian*, praca wymagająca określonych umiejętności i wiedzy np.: recenzja, case study, projekt (indywidualny, grupowy), zadania problemowe, sprawozdanie, portfolio, prezentacja z dyskusją, prowadzenie / udział w dyskusji, itp. - wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * kolokwium, sprawdzian lub test nie powinien stanowić jedynej formy weryfikacji	S1_PAR_2, S1_PAR_3, S1_PAR_4, S1_PAR_5, S1_PAR_1
S1_PAR_w_3	Aktywność własna studenta (opcjonalnie)	Weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych w oparciu o treści zajęć, wskazaną w sylabusie literaturę i doświadczenia własne	S1_PAR_2, S1_PAR_3, S1_PAR_4, S1_PAR_5, S1_PAR_1

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	
S1_PAR_fs_1	wykład	Wykład interaktywny z zastosowaniem multimediiów	10	Lektura literatury przedmiotu	20	S1_PAR_w_1
S1_PAR_fs_2	ćwiczenia	Analiza konkretnych przykładów, zajęcia warsztatowe	12	Przygotowanie przykładów reklam	40	S1_PAR_w_2, S1_PAR_w_3