

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

**Moduł kształcenia:** Reklama

**Kod modułu:** R

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
R_K_1	zna zakres posiadanej przez siebie wiedzy i posiadanych umiejętności dotyczących zwłaszcza zjawisk komunikacyjnych, ma potrzebę dalszego uzupełniania wiedzy oraz doskonalenia i poszerzania umiejętności i rozwoju zawodowego	K01	4
R_K_2	potrafi myśleć i działać kreatywnie łącząc cele i zadania społeczne komunikacji z ich efektywnością ekonomiczną	K11	4
R_U_2	rozumie odmienność postrzegania zjawisk komunikacyjnych w różnych środowiskach i kulturach	U15	3
R_U_1	Prawidłowo posługuje się systemem aksjonormatywnym, a także konkretnymi normami i regułami z jednoczesnym ich wykorzystaniem dla rozwiązania problemów praktycznych, zwłaszcza w pracy dziennikarza, pracownika public relations czy reklamy; przewiduje skutki konkretnych działań komunikacyjnych zarówno w wymiarze komunikacji interpersonalnej, grupowej i masowej	U11	4
R_W_3	zna ogólne zasady tworzenia i rozwoju form indywidualnej przedsiębiorczości, wykorzystującej wiedzę z zakresu dziedzin nauki i dyscyplin naukowych, właściwych dla studiowanego kierunku studiów	W18	3
R_W_1	zna podstawową terminologię używaną w nauce o mediach i rozumie jej źródła oraz zastosowanie w obrębie pokrewnych dyscyplin naukowych zajmujących się badaniem zjawiska komunikowania i komunikowania się	W01	3
R_W_2	ma podstawową wiedzę o głównych kierunkach rozwoju i najważniejszych nowych osiągnięciach w zakresie nauki o mediach i komunikacji społecznej	W02	3

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Moduł Reklama umożliwi studentowi poznać podstawowe prawidłowości i zasady komunikowania perswazyjnego. W trakcie realizacji modułu wyjaśnionego zostaną relacje między rynkiem, reklamą, marketingiem i komunikacją marketingową. Studenci zrealizują projekty, w trakcie których poznają właściwości podstawowych nośników reklamy. Zaliczenie modułu pozwoli uczestnikowi zająć samodzielnie, jak i grupie realizować projekty reklamowe w poszczególnych segmentach mediów periodycznych, jak i pozostałych nośnikach reklamy.

<b>Wymagania wstępne</b>	
--------------------------	--

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
R_w_1	Egzamin pisemny	Weryfikacja wiedzy w oparciu o treści z wykładu i wskazaną literaturę przedmiotu	R_K_1, R_K_2, R_U_2, R_U_1, R_W_3, R_W_1, R_W_2
R_w_2	Dyskusja moderowana przez prowadzącego w trakcie zajęć	Prowadzący stawia problem określonej grupie, następnie w oparciu o podaną wcześniej literaturę oraz analizę danego segmentu nośników reklamy rozwiązywane są kwestie w obrębie danego tematu	R_K_1, R_U_2, R_U_1, R_W_1, R_W_2
R_w_3	Prezentacje kreatywne	Studenci w kilkusobowych grupach przedstawiają określone zagadnienia, w opracowanej autorsko formie	R_W_3, R_W_1, R_W_2

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
R_fs.1	wykład	Wykład wprowadzający do zrozumienia istoty i funkcji reklamy w działalności gospodarczej, społecznej i politycznej. Znaczenie reklamy w finansowaniu mediów periodycznych	20	Praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswajanie wiedzy w zakresie wskazanych zagadnień	40	R_w_1
R_fs_2	ćwiczenia	Analiza poszczególnych nośników reklamy. Określenie ich specyfiki i miejsca w strukturze mediów reklamy	20	lektura uzupełniająca, praca z literaturą przedmiotu Przygotowanie prezentacji	50	R_w_2, R_w_3