

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)
4.	Level of qualifications/degree	first-cycle studies
5.	Degree profile	general academic
6.	Mode of study	full-time

Module: Subject Specialization II: Advertising and Media

Module code: 02-K01S-19-53e

1. Number of the ECTS credits: 5

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
53e_K01	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu wymagającego kompetencji specjalisty ds. reklamy i kontaktów z mediami	02-KO1SN-12_K01	5
53e_U01	potrafi wyszukiwać w różnych źródłach i selekcjonować potrzebne wiadomości, analizować je, interpretować, oceniać oraz użytkować	02-KO1SN-12_U01	5
53e_U02	umie formułować problemy badawcze w ramach nadrzędnego tematu „Antropologiczne, komunikacyjne i edukacyjne aspekty technocodzienności” oraz korzystać z optymalnych metod i narzędzi badawczych	02-KO1SN-12_U02	5
53e_U03	umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności badawcze kierując się wskazówkami wykładowcy	02-KO1SN-12_U03	5
53e_U05	potrafi rozpoznać różne rodzaje zjawisk i wytworów kulturowych z zakresu reklamy i mediów oraz przeprowadzić ich krytyczną analizę i interpretację z zastosowaniem wybranych metod, zna ich funkcję i znaczenie	02-KO1SN-12_U05	5
53e_W03	ma uporządkowaną wiedzę ogólną, obejmującą terminologię, teorie i metodologię z zakresu badań procesów komunikacyjnych	02-KO1SN-12_W03	5
53e_W04	ma uporządkowaną i poszerzoną wiedzę szczegółową w zakresie reklamy i kontaktów z mediami	02-KO1SN-12_W04	5
53e_W05	ma wiedzę o multidyscyplinarności kulturoznawstwa i o jego powiązaniach z innymi dyscyplinami humanistycznymi	02-KO1SN-12_W05	5
53e_W07	zna i rozumie metody analizy i interpretacji wybranych zagadnień szczegółowych z zakresu reklamy i mediów	02-KO1SN-12_W07	5

3. Module description	
Description	Przedmiot specjalizacyjny II jest kontynuacją Przedmiotu specjalizacyjnego I. W ramach przedmiotu studenci przygotowują projekty badawcze związane z tematem nadrzędnym „Antropologiczne, komunikacyjne i edukacyjne aspekty technocodzienności”. Pod kierunkiem prowadzącego opracowują koncepcję oraz wstępne założenia badań, a także zapoznają się z podstawowymi informacjami na temat badania procesów komunikacyjnych. Głównym celem przedmiotu jest przygotowanie studentów do podjęcia samodzielnej pracy badawczej. Szczegółowa tematyka zajęć koresponduje z zagadnieniami podejmowanymi w ramach seminarium licencjackiego: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami.
Prerequisites	Zaliczenie modułu Przedmiot specjalizacyjny I: specjalista ds. reklamy i kontaktów z mediami

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
02-KO1SN-12-w_f	problem/projekt badawczy	weryfikacja wiedzy i umiejętności konstruowania problemu/projektu badawczego	53e_K01, 53e_U01, 53e_U02, 53e_U03, 53e_U05, 53e_W03, 53e_W04, 53e_W05, 53e_W07

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	intensywne kształcenie umiejętności badawczych, laboratorium przygotowuje studenta do samodzielnego rozpoznawania zjawisk i wytworów kulturowych oraz ich analizy i interpretacji z zastosowaniem optymalnych metod i narzędzi badawczych	30	samodzielnie zgromadzona literatura naukowa, lektura potrzebnych prac, rozpoznawanie, analiza i interpretacja zjawisk i wytworów kulturowych	100	02-KO1SN-12-w_f