

<b>1.</b>	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>filologia polska</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:** Poetyka reklamy

**Kod modułu:** 02-FP-DP-S1-PRe

**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>
Pre_1	zna podstawową terminologię z zakresu nauk humanistycznych przydatną dla literaturoznawstwa oraz nauki o języku; zna pojęcia literaturoznawcze i językoznawcze wykorzystywane przez inne nauki humanistyczne	K_W02	3
Pre_2	zna najważniejsze polskie czasopisma naukowe z dziedziny literaturoznawstwa oraz językoznawstwa	K_W10	2
Pre_3	posiada wiedzę o wpływie innych kultur na literaturę i język polski; rozumie związki i zależności między różnymi literaturami, kulturami i kodami komunikacyjnymi	K_W13	2
Pre_4	potrafi wykorzystać do celów analizy językowo-stylistycznej tekstu wybraną metodę oraz odpowiednią terminologię językoznawczą	K_U03	3
Pre_5	samodzielnie pracuje z tekstami źródłowymi (literackimi i nieliterackimi), czyta i potrafi wykorzystać literaturę naukową z zakresu literaturoznawstwa i językoznawstwa	K_U05	3
Pre_6	umie przeprowadzić analizę współczesnego tekstu nieliterackiego na każdym jego poziomie	K_U09	2
Pre_7	postrzega zjawiska językowe i literackie przez pryzmat społeczno-kulturowego zróżnicowania obiegu komunikacyjnych	K_U12	4
Pre_8	posiada dobrą adaptacyjność do wymagań rynku pracy	K_K02	2
Pre_9	potrafi pracować w ramach zespołu realizującego wyznaczone przez nauczyciela akademickiego zadanie	K_K03	3

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Zajęcia powinny wykształcić umiejętność analizy tekstu promocyjnego ze szczególnym uwzględnieniem umiejętności rozróżniania rodzajów promocji i tropów retorycznych zawartych w ich strukturze skonfigurowanej ze względu na różne cele szczegółowe. Rozważania wokół tekstów z dominującą funkcją impresywną: promocja, autopromocja, perswazja, propaganda, perswazja, manipulacja, public relations. Dyferencjacja pojęć z punktu widzenia współczesnej kultury słowa, hierarchizacja funkcji tekstowych. Miejsce reklamy wśród innych technik promocyjnych. Mechanizmy perswazji. Chwyty,

	figury, tropy retoryczne. Definicje w reklamie. Slogan jako wyróżnik reklamy. Historia pojęcia. Falsyfikacja sloganów. Reklama jako tekst: spójność, tematyzacja, repetytywność, wskaźniki delimitacji, hybrydyczność generyczna jako cecha definicyjna. Sposoby reklamowego wartościowania. Językowe eksponenty funkcji perswazyjnej. Kreowanie skutecznych tekstów perswazyjnych – ćwiczenia na zadany temat (umiejętność hierarchizacji informacji, budowanie emocji, rola stereotypu w budowaniu tekstu perswazyjnego; wykorzystanie zwrotu frazeologicznego i cliché, dobór słownictwa; entropia i redundancja tekstu perswazyjnego; perswazja obrazu).
<b>Wymagania wstępne</b>	Brak.

<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>
PRe_w_1	Prace domowe	Ocena postępów studenta na podstawie zleconych mu prac domowych – zbieranie materiału, umiejętność opisanego go metodami pracy wyuczonymi na zajęciach.	PRe_1, PRe_2, PRe_3, PRe_4, PRe_5, PRe_6, PRe_7, PRe_8, PRe_9
PRe_w_2	Test sprawdzający	Test weryfikujący znajomość pojęć z zakresu przedmiotu oraz metod postępowania z materiałem pozostającym w zakresie modułu.	PRe_1, PRe_2, PRe_3, PRe_4, PRe_5, PRe_6, PRe_7, PRe_8, PRe_9

<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>	
PRe_fs_1	laboratorium	Zajęcia prowadzone są z użyciem poniższych metod: 1. oglądowe (pokaz, obserwacja); 2. słowne (opis, objaśnienie, wyjaśnienie). 3. Praktycznego działania: - syntetyczna - nauczanie wykonywania analizy - analityczna - rozbięcie analizy na części składowe - kompleksowa - dzielenie całości na fragmenty i po ich opanowaniu łączenie w całość.	30	Samodzielna realizacja poleceń na zajęciach.	30	PRe_w_1, PRe_w_2