

|    |                           |  |
|----|---------------------------|--|
| 1. | Nazwa kierunku            | Creative management in new media                       |
| 2. | Wydział                   | Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego            |
| 3. | Cykl rozpoczęcia          | 2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy) |
| 4. | Poziom kształcenia        | studia drugiego stopnia                                |
| 5. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki                                       |
| 6. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna  |

**Moduł kształcenia:** Copywriting

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-C

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

| 2. Zakładane efekty uczenia się modułu |  |                             |                                |
|--|--|-----------------------------|--------------------------------|
| kod                                    | opis   | efekty uczenia się kierunku | stopień realizacji (skala 1-5) |
| C_1                                    | Student ma podstawową wiedzę z zakresu funkcjonowania języka w przestrzeni medialnej, ma wiedzę dotyczącą technik tworzenia i realizacji kampanii reklamowych.   | K_W01                       | 5                              |
| C_2                                    | Student zdobywa wiedzę z zakresu ekonomii, psychologii i socjologii pracy, komunikacji i środków przekazu w procesie organizacji skutecznej komunikacji.   | K_W04                       | 4                              |
| C_3                                    | Student ma umiejętność krytycznej analizy przykładów poszczególnych reklam, nabywa umiejętności stosowania metod badań rynku reklamy w codziennej pracy.   | K_U01                       | 5                              |
| C_4                                    | Student potrafi stworzyć skuteczne i kreatywne hasło reklamowe lub scenariusz spotu TV.  | K_U03                       | 4                              |
| C_5                                    | Student posiada umiejętności asertywne i umiejętności komunikacyjne.   | K_K01                       | 4                              |
| C_6                                    | Student posiada kompetencje do sprawnego kształtowania pozytywnych relacji reprezentowanej organizacji z otoczeniem biznesowym i społecznym, zdaje sobie sprawę z etycznych i prawnych aspektów funkcjonowania w wirtualnej rzeczywistości, w szczególności w komunikacji pomiędzy odbiorcami. | K_K04                       | 3                              |

| 3. Opis modułu |   |
|----------------|---|
| Opis           | <p>Celem przedmiotu jest prezentacja podstawowych treści z zakresu opracowywania tekstu i przygotowywania go do poprawnego wyświetlania w Internecie. Kolejnymi celami zajęć jest kształcenie umiejętności prowadzenia własnej witryny internetowej, zapoznanie studentów z mechanizmami pozwalającymi na umieszczenie i rozpropagowanie tekstu w Internecie, omówienie umiejętności i kompetencji webwritera, przedstawienie funkcjonowanie tekstu w mediach społecznościowych np. w Facebook, Twitter, Google+.</p> <p>Kolejnymi zagadnieniami, przedstawionymi na zajęciach, będą: łączenie tekstu z elementami graficznymi i multimedialnymi, pisanie tekstów do publikacji i sloganów reklamowych. Zajęcia odbędą się w grupach projektowych, gdzie każda z osób ma delegowany inny zakres pracy. W ramach zajęć pisane będą teksty wykorzystywane w reklamach prasowych, radiowych, telewizyjnych i wszelkich innych materiałach promocyjnych, takich jak ulotki, broszury,</p> |

|                          |   |
|--------------------------|---|
|                          | katalogi, strony internetowe, itp. Studenci uczestniczą w całym procesie kreacji, zaczynając od ustalenia treści graficznego motywu ogłoszenia czy ulotki, poprzez tworzenie tekstów, pisanie scenariuszy filmów reklamowych, spotów radiowych, wyszukiwanie muzyki do reklam, itp.   |
| <b>Wymagania wstępne</b> | Pożądana jest znajomość mechanizmów marketingowych, wyobraźnia i kreatywność, wysokie zdolności komunikacyjne, umiejętność wyszukiwania i weryfikowania informacji, znajomość angielskiego, podstaw psychologii. Niezbędna jest dobra organizacja pracy, systematyczność oraz umiejętność szybkiego pisania na klawiaturze komputera. |

| <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> |
| C_w_1  | Sprawdzian         | Test z zagadnień teoretycznych, aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), kolokwium, przygotowanie prezentacji tematycznych. | C_1, C_2                         |
| C_w_2  | Ocena ciągła       | Aktywność na zajęciach (udział w dyskusji i rozwiązywaniu zadań/problemów), studium przypadku, praca projektowa, prezentacja.                                  | C_3, C_4, C_5, C_6               |

| <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> |  |
| C_fs_1                               | wykład                           | Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną.   | 15                   | Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.          | 15                   | C_w_1  |
| C_fs_2                               | ćwiczenia                        | Zajęcia dydaktyczne o charakterze praktycznym prowadzone ze względu na swoją specyfikę w mniejszych grupach, wymagające specjalistycznego oprogramowania dostępnego wyłącznie w pracowniach komputerowych. Ćwiczenia – metoda aktywizująca – praca w małych grupach. | 15                   | Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć. | 15                   | C_w_2  |