

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>dziennikarstwo i komunikacja społeczna</b>
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	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	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Reklama

**Kod modułu:** R

**1. Liczba punktów ECTS:** 5

<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>
K1	Potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać posiadaną wiedzę, korzystając z dodatkowych źródeł informacji	K01 K06	4 3
U1	Posiada umiejętność przygotowania projektów na podstawie odpowiednich źródeł i literatury przedmiotu	U03 U08 U12	4 4 4
U2	Potrafi analizować i oceniać przygotowanie oraz realizację kampanii i przekazów reklamowych	U01 U02 U03 U04	3 3 3 3
U3	Potrafi projektować proste przekazy reklamowe	U06 U09	3 3
W1	Zna istotę i rolę reklamy jako środka komunikacji	W01 W02 W06	4 4 4
W2	Ma uporządkowaną wiedzę na temat procesów i elementów zarządzania reklamą	W05 W08 W10	3 3 3

W3	Wie czym charakteryzują się środki i nośniki reklamy	W01	3
		W02	3

<b>3. Opis modułu</b>	
<b>Opis</b>	Moduł Reklama dostarcza studentowi wiedzy w tematyce reklamy oraz komunikacji marketingowej, a także umożliwia mu poznanie podstawowych prawidłowości i zasad komunikowania perswazyjnego. W trakcie realizacji modułu zostaną wyjaśnione relacje między rynkiem, reklamą, marketingiem i komunikacją marketingową oraz omówione właściwości podstawowych nośników reklamy. Studenci realizują projekty związane z praktyką działalności reklamowej w poszczególnych segmentach mediów periodycznych, jak i pozostałych nośnikach reklamy
<b>Wymagania wstępne</b>	brak

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
W1	Egzamin	Weryfikacja wiedzy w oparciu o treści z wykładu i wskazaną literaturę przedmiotu. Egzamin przeprowadzany w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	K1, U2, W1, W2, W3
W2	Zaliczenie	Zaliczenie przeprowadzane w formie określonej przez prowadzącego w sylabusie.	K1, U1, U2, U3, W1

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
FZ1	wykład	Wykład wprowadzający do zrozumienia istoty i funkcji reklamy w działalności gospodarczej, społecznej i politycznej. Znaczenie reklamy w finansowaniu mediów periodycznych	30	Praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswajanie wiedzy w zakresie wskazanych zagadnień	30	
FZ2	ćwiczenia	<p>Analiza poszczególnych nośników reklamy. Określenie ich specyfiki i miejsca w strukturze reklamy. Omówienie procesów projektowania i realizacji kampanii reklamowej, a także analiza wybranych przypadków polskich i zagranicznych kampanii reklamowych. Przedstawienie metod i narzędzi badania reklamy.</p> <p>Zajęcia są prowadzone z uwzględnieniem następujących metod dydaktycznych: dyskusja moderowana, ćwiczenia w formie warsztatowej, przygotowanie projektów grupowych oraz ich prezentacja w czasie zajęć, wykorzystanie narzędzi informatycznych w wizualizacji zajęć dydaktycznych (wizualizacja danych za</p>	30	Przygotowanie do ćwiczeń poprzez systematyczne czytanie wskazanej literatury przedmiotu oraz samodzielne przyswojenie wiedzy nt. wskazanych w sylabusie zajęć zjawisk i pojęć. Przygotowanie elementów i aktywności określonych, jako składowe zaliczenia przedmiotu w formie wskazanej w sylabusie zajęć.	60	

		pomocą wykresów, wykorzystanie technik wizualizacji fotograficznej w prowadzonych zajęciach, wykorzystanie zasad ekspozycji wizualnej w prowadzonych zajęciach – pokazy slajdów; wizualizacja danych za pomocą formatowania warunkowego).				
--	--	---	--	--	--	--