

1.	Nazwa kierunku	dziennikarstwo i komunikacja społeczna
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	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)
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 W02	3 3
----	--	------------	--------

3. Opis modułu	
Opis	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
Wymagania wstępne	brak

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
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

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
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	20	Praca ze wskazaną literaturą przedmiotu obejmująca samodzielne przyswajanie wiedzy w zakresie wskazanych zagadnień	30	
FZ2	ćwiczenia	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. 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	20	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.	55	



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