

Techniki reklamy

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Politologia Specjalność Marketing polityczny i doradztwo w polityce Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 14POLMPDS.22S.11603.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Marek Chojnacki	
Prowadzący zajęcia	Marek Chojnacki	
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 15, Zaliczenie z oceną • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 5

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zdobycie pogłębionej wiedzy na temat procesów twórczych w reklamie ze szczególnym uwzględnieniem kontekstów życia politycznego
C2	Nabycie umiejętności wstępnego projektowania przekazów audiowizualnych w komunikacji marketingowej
C3	Pozyskanie kompetencji społecznych umożliwiających wykorzystywanie reguł sztuki reklamy w komunikacji politycznej

Wymagania wstępne

Brak wymagań wstępnych.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	zna i rozumie rolę działań reklamowych w obszarze marketingu politycznego.	POL_K2_W01, POL_K2_W02, POL_K2_W07	Kolokwium ustne
W2	zna i rozumie dynamikę rozwoju technik reklamowych i wiąże je z potrzebami promowania wartości życia społeczno-politycznego	POL_K2_W03, POL_K2_W08, POL_K2_W10	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi zanalizować i trafnie zinterpretować cele kampanii promocyjnej uwzględniając jej obecność w życiu konkretnych środowisk.	POL_K2_U01, POL_K2_U02, POL_K2_U04	Projekt
U2	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w tworzeniu scenariuszy reklamy prasowej, telewizyjnej, radiowej oraz internetowej.	POL_K2_U03, POL_K2_U06, POL_K2_U11	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	jest gotów do podjęcia współpracy z zespołami kreatywnymi w agencjach reklamowych specjalizujących się w budowaniu wizerunku polityków i instytucji życia społecznego	POL_K2_K02, POL_K2_K05, POL_K2_K06	Kolokwium ustne, Projekt
K2	jest gotów do podjęcia roli doradcy politycznego w zakresie kreowania medialnego wizerunku osób i organizacji.	POL_K2_K02, POL_K2_K05, POL_K2_K06	Kolokwium ustne, Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Komunikat reklamowy na tle zjawisk społecznych i kulturowych	W1, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
2.	Techniki twórczego myślenia i pracy zespołowej w branżach kreatywnych.	W2, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
3.	Struktura i elementy reklamy telewizyjnej.	W2, U2, K1	Wykład, Ćwiczenia
4.	Struktura i elementy reklamy radiowej.	W2, U2, K1	Wykład, Ćwiczenia
5.	Chwyty kreatywne w budowaniu przesłania przekazów audiowizualnych.	W2, U2, K2	Wykład, Ćwiczenia
6.	Polityk jako bohater narracji filmowej.	W1, U1, K2	Wykład, Ćwiczenia
7.	Reżyser na planie spotu reklamowego, społecznego i politycznego.	W1, U2, K1	Wykład, Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
8.	Sterowanie wizerunkiem polityka i praca doradcy medialnego.	W1, U1, K2	Wykład, Ćwiczenia
9.	Metodyka oddziaływania obrazu i dźwięku w przekazie wartości społeczno-politycznych.	W1, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
10.	Partycypacyjny udział elektoratu w tworzeniu idei przekazu.	W2, U2, K2	Wykład, Ćwiczenia
11.	Techniki gry aktorskiej w zastosowaniu marketingu politycznego.	W1, U1, K1	Wykład, Ćwiczenia
12.	Metafory i analogie w pracy kreatora spotów wyborczych.	W1, U2, K2	Wykład, Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień
Ćwiczenia	Metoda analizy przypadków

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	Podana zostanie lista kilku uogólnionych zagadnień problemowych, np "Budowanie wizerunku medialnego w okresie kampanii wyborczej". Student dokonuje wyboru zagadnienia i przedstawia zwięzłą wypowiedź opartą na własnych przemyśleniach i zdobytej wiedzy na wykładach. Dodatkowym atutem będą odwołania z obszaru wiedzy zdobytej z przeczytanych lektur.
Ćwiczenia	Projekt dotyczy wpisania własnego pomysłu w przygotowany schemat spotu oparty na narracji przyczynowo-skutkowej. Wypełnienie schematu wymaga wykorzystania technik zdobytych na ćwiczeniach.

Literatura

Obowiązkowa

1. Nęcka E., Psychologia twórczości, GWP 2012
2. Murdoch A., Kreatywność w reklamie, PWN Warszawa 2019
3. Grębowiec J., Pragmatyka reklamy, Universitas 2017

Dodatkowa

1. Benedikt A., Reklama jako proces komunikacji, Wrocław 2004
2. Cymanow-Sosin K., Metafory we współczesnej reklamie, Wydawnictwo Naukowe Grado 2010
3. Grzybczyk K., Prawo reklamy, Wolters Kluwer 2012

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15

Ćwiczenia	15
Przygotowanie do zajęć	20
Czytanie wskazanej literatury	20
Przygotowanie pracy pisemnej	20
Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie pracy semestralnej	20
Przygotowanie do egzaminu	20
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150
Liczba punktów ECTS	ECTS 5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
POL_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej, w szczególności związanej z pracami typowymi dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu polityka i eksperta ds. komunikowania politycznego lub administracji
POL_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej typowej dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji przedsiębiorczością i innowacyjnością
POL_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie nauk o polityce i administracji
POL_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi charakterystycznych dla nauk o polityce i administracji
POL_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów typowych dla nauk o polityce i administracji
POL_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu politycznym i prowadzeniu debaty politycznej, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
POL_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędne do opracowania diagnozy potrzeb adresatów komunikowania politycznego oraz działań organów administracji publicznej
POL_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nauk o polityce i administracji, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu politycznego
POL_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku politologia
POL_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości typowej dla środowiska politycznego
POL_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu politycznego i procesów w nim zachodzących, a także identyfikowania rządzących nim prawidłowości
POL_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców działań politycznych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i ocenie jakości proponowanego im programu politycznego