

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 pierwszego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil ogólnoakademicki		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14POLMPDN.12S.11603.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Marek Chojnacki	
Prowadzący zajęcia	Marek Chojnacki	
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zdobycie 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_K1_W01, POL_K1_W02, POL_K1_W05	Kolokwium ustne, Wypowiedź ustna
W2	zna i rozumie dynamikę rozwoju technik reklamowych i wiąże je z potrzebami promowania wartości życia społeczno-politycznego	POL_K1_W01, POL_K1_W03, POL_K1_W05	Kolokwium ustne, Wypowiedź ustna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi zanalizować i trafnie zinterpretować cele kampanii promocyjnej uwzględniając jej obecność w życiu konkretnych środowisk.	POL_K1_U01, POL_K1_U02, POL_K1_U05, POL_K1_U09	Projekt, Prezentacja multimedialna
U2	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w tworzeniu scenariuszy reklamy prasowej, telewizyjnej, radiowej oraz internetowej.	POL_K1_U01, POL_K1_U02, POL_K1_U04, POL_K1_U09	Projekt, Prezentacja multimedialna
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_K1_K02, POL_K1_K04, POL_K1_K05	Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna
K2	jest gotów do podjęcia roli doradcy politycznego w zakresie kreowania medialnego wizerunku osób i organizacji.	POL_K1_K02, POL_K1_K05, POL_K1_K06	Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna

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	Ćwiczenia
2.	Techniki twórczego myślenia i pracy zespołowej w branżach kreatywnych.	W2, U1, K1	Ćwiczenia
3.	Struktura i elementy reklamy telewizyjnej.	W2, U2, K1	Ćwiczenia
4.	Struktura i elementy reklamy radiowej.	W2, U2, K1	Ćwiczenia
5.	Chwyty kreatywne w budowaniu przesłania przekazów audiowizualnych.	W2, U2, K2	Ćwiczenia
6.	Polityk jako bohater narracji filmowej.	W1, U1, K2	Ćwiczenia

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

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Metoda analizy przypadków, Rozwiązywanie zadań artystycznych, Rozwiązywanie zadań praktycznych

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Aktywne uczestnictwo na zajęciach, udział w procesach twórczych podjętych zespołowo, przygotowanie projektu, pracy semestralnej, zaliczenie kolokwium ustnego polegającego na obronie prezentowanego projektu spotu lub symulacji kampanii.

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
Ćwiczenia	10
Czytanie wskazanej literatury	10

Przygotowanie do zajęć	20
Przygotowanie projektu	30
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Przygotowanie demonstracji	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
POL_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania oraz określania w pracy zawodowej i działalności publicznej zadań i działań na rzecz środowiska społecznego (ze szczególnym uwzględnieniem środowiska politycznego), a także sposobów i środków ich realizacji
POL_K1_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się przedsiębiorczością, kreatywnością i innowacyjnością w pracy zawodowej i aktywności publicznej typowej dla specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w życiu społeczno-politycznym korzystając z różnych mediów i sposobów komunikowania
POL_K1_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwiązywania konfliktów, zwłaszcza tych typowych dla środowiska politycznego, przy wykorzystaniu etycznych metod i środków
POL_K1_U01	Absolwent/ka potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do opisywania, interpretowania, oceniania, analizowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów politycznych
POL_K1_U02	Absolwent/ka potrafi dobierać i stosować właściwe metody i narzędzia, w tym nowe technologie, do określania i wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej specjalisty z zakresu nauk o polityce i administracji
POL_K1_U04	Absolwent/ka potrafi przygotowywać typowe prace pisemne w języku polskim i języku obcym o tematyce politologicznej, posługując się specjalistyczną terminologią i wykorzystując podstawowe ujęcia teoretyczne, a także różne źródła i opracowania
POL_K1_U05	Absolwent/ka potrafi prognozować procesy i zjawiska społeczne (polityczne, prawne, ekonomiczne) z wykorzystaniem standardowych metod i narzędzi właściwych dla nauk o polityce i administracji
POL_K1_U09	Absolwent/ka potrafi współdziałać z innymi członkami zespołu w celu definiowania i realizowania jego celów
POL_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie zasady funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, w szczególności jako podmiotu konstytuującego organizacje i instytucje polityczne
POL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu różne rodzaje struktur i instytucji społecznych (politycznych, prawnych, ekonomicznych) oraz ich istotne elementy i zasady funkcjonowania
POL_K1_W03	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i teorie wyjaśniające relacje między strukturami i instytucjami życia publicznego funkcjonującymi w państwie i społeczeństwie
POL_K1_W05	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w systemie politycznym