



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Podstawy reklamy Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Filologia polska (K) Specjalność Reklama i kreowanie marki Jednostka organizacyjna Wydział Pedagogiczno-Artystyczny w Kaliszu Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 13FPKRKMS.21S.11245.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Karolina Kałużna	
Prowadzący zajęcia	Karolina Kałużna	
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy z zakresu podstaw działalności reklamowej
C2	Kształtowanie umiejętności efektywnego posługiwania się odmiennymi językami przekazów reklamowych

Wymagania wstępne

brak

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 w pogłębionym stopniu rozumie mechanizmy działania reklamy, jej cele i mechanizmy psychologiczne leżące u podstaw jej skuteczności	FPK_K2_W01, FPK_K2_W04, FPK_K2_W06	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi zastosować w działalności reklamowej wiedzę z zakresu marketingu, socjologii (np. charakterystyka grup docelowych) i innych obszarów wiedzy, które mogą wspomóc tę działalność	FPK_K2_U02, FPK_K2_U03, FPK_K2_U05, FPK_K2_U10	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
U2	potrafi rozpoznawać i klasyfikować formy i typy reklamy	FPK_K2_U01, FPK_K2_U05, FPK_K2_U06	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
U3	potrafi, posługując się aktywnymi metodami właściwymi dla copywritingu, stworzyć pakiet sloganów reklamowych, opisujących wybrany produkt lub inny przedmiot działalności reklamowej	FPK_K2_U01, FPK_K2_U03, FPK_K2_U05, FPK_K2_U09, FPK_K2_U14	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
U4	potrafi skonstruować konspekt przekazu reklamowego, zwracając uwagę na kolejność etapów planowania (w tym określenie grupy docelowej, prognoza efektywności itp.)	FPK_K2_U01, FPK_K2_U03, FPK_K2_U05, FPK_K2_U06, FPK_K2_U07, FPK_K2_U08	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
U5	potrafi rozpoznać prawne i ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania działalności reklamowej	FPK_K2_U01, FPK_K2_U04, FPK_K2_U06, FPK_K2_U08	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	dostrzega aspekty etyczne dotyczące funkcjonowania reklamy	FPK_K2_K04	Kolokwium ustne, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Psychologiczne uwarunkowania skuteczności przekazu reklamowego	W1, U1, U3, K1	Ćwiczenia
2.	Cele i funkcje reklamy	W1, U2, K1	Ćwiczenia
3.	Typologia przekazów reklamowych	U1, K1	Ćwiczenia
4.	Budowanie świadomości marki	W1, K1	Ćwiczenia
5.	Grupa odbiorców produktu a grupa odbiorców komunikatu reklamowego	W1, U2, K1	Ćwiczenia
6.	Strategia reklamowa	W1, U1, K1	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
7.	Agencja reklamowa i jej działania	W1, U1, U5, K1	Ćwiczenia
8.	Techniki copywrittingu	W1, U3, K1	Ćwiczenia
9.	Planowanie przekazu reklamowego	W1, U1, U2, U4, K1	Ćwiczenia
10.	Emocje w reklamie	W1, U1, K1	Ćwiczenia
11.	Podstawowe wiadomości z zakresu zastosowania technologii multimedialnych w procesie kształtowania przekazu reklamowego	W1, U1, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Dyskusja, Rozwiązywanie zadań (np.: obliczeniowych, artystycznych, praktycznych), Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	AKtywny udział w zajęciach, wykonanie prezentacji i zaliczenie kolokwium bardzo dobry (bdb; 5,0): bardzo aktywny i merytoryczny udział w zajęciach, bardzo dobraprezentacja i wyniki kolokwium; dobry plus (+db; 4,5): jak wyżej, z nieznacznymi niedociągnięciami, zwłaszcza w zakresie praktycznego podejścia do podejmowanych tematów; dobry (db; 4,0): dobra wiedza, prawidłowa realizacja zadań; dostateczny plus (+dst; 3,5): zadowalająca wiedza, prawidłowa realizacja zadań, ale z pewnymi niedociągnięciami; dostateczny (dst; 3,0): zadowalająca wiedza, prawidłowa realizacja zadań, ale z licznymi błędami; niedostateczny (ndst; 2,0): niezadowalająca wiedza, nieprawidłowa realizacja zadań;

Literatura

Obowiązkowa

1. Bralczyk J., Język na sprzedaż, Gdańsk 2004
2. Jachnis A., Terelak J.F., Psychologia konsumenta i reklamy, Bydgoszcz 1998
3. Napierała M., Filozofia reklamy, Kraków 2012
4. Pańczyk M., Podstawy reklamy, Poznań 2020

Dodatkowa

1. – Pincas S., Loiseau M, Historia reklamy, Köln 2009

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30
Przygotowanie do zajęć	20
Czytanie wskazanej literatury	20

Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Przygotowanie do zaliczenia	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
FPK_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykorzystywania dla celów zawodowych relacji zachodzących między kulturą (jej instytucjami oraz mediami) a polityką i władzą w różnych jej wymiarach
FPK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi projektować innowacyjne sposoby i procedury realizacji zadań dydaktycznych, dostrzegając i rozumiejąc specyfikę twórczości literackiej oraz estetyczne właściwości języka, oraz przy ich pomocy rozwiązywać problemy we własnej praktyce zawodowej
FPK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi na gruncie zawodowym porozumiewać się w języku rodzimym i obcym przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w wybranej sferze działalności kulturalnej, medialnej, bibliotecznej, promocyjno-reklamowej, oraz niespecjalistami
FPK_K2_U03	Absolwent/ka potrafi biegle i w sposób ukierunkowany na osiągnięcie zamierzonego celu posługiwać się w mowie i piśmie różnymi stylami funkcjonalnymi polszczyzny w zależności od sytuacji komunikacyjnej oraz specyfiki wykonywanej pracy
FPK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi korzystając z profesjonalnych umiejętności badawczych i praktycznych (formułowanie i analiza problemów, dobór metod i narzędzi, opracowanie, prezentacja i wdrożenie wyników), samodzielnie lub zespołowo rozwiązywać typowe zadania/problemy w obrębie profesji związanych z wykształceniem polonistycznym
FPK_K2_U05	Absolwent/ka potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności ogólne i dziedzinowe, a także formułować i uzasadniać krytyczne sądy na ich temat
FPK_K2_U06	Absolwent/ka potrafi kompetentnie posługiwać się w typowych sytuacjach profesjonalnych wszelkimi ujęciami teoretycznymi, pojęciami i sprawnościami właściwymi dla polonistyki i pogranicznych z nią dyscyplin naukowych
FPK_K2_U07	Absolwent/ka potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów oraz przeprowadzić ich analizę i interpretację w konkretnym kontekście zawodowym, z uwzględnieniem aspektu pragmatycznego ich wykorzystania
FPK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi formułować i wyrażać w mowie i piśmie, z uwzględnieniem ich ewentualnego wydźwięku polemicznego, własne poglądy w ważnych sprawach dotyczących kultury, życia społecznego, problemów zawodowych i kwestii światopoglądowych
FPK_K2_U09	Absolwent/ka potrafi samodzielnie lub zespołowo skonstruować w języku polskim, w konkretnej sytuacji zawodowej, wypowiedzi pisemne oraz przygotować i zaprezentować wystąpienia ustne i/lub multimedialne dotyczące literatury, języka, a także innych obszarów komunikacji kulturowej i interpersonalnej, w miarę potrzeby zawierające krytyczny osąd koncepcji zastanych i/lub przedstawiające autonomiczne propozycje nowych ujęć
FPK_K2_U10	Absolwent/ka potrafi argumentować z wykorzystaniem poglądów innych autorów oraz formułować na tej podstawie wnioski, wysuwać argumenty polemiczne i/lub wskazywać autonomiczne propozycje nowych ujęć, które mogą mieć zastosowanie pragmatyczne w konkretnych sytuacjach zawodowych
FPK_K2_U14	Absolwent/ka potrafi właściwie korzystać z tradycyjnych i cyfrowych źródeł oraz informacji w nich zawartych, krytycznie je analizować, syntetyzować, opracowywać, twórczo interpretować, prezentować i wykorzystywać do celów zawodowych
FPK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zastosowania praktyczne wiedzy właściwej dla studiów polonistycznych w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, a także posiada uporządkowaną, pogłębioną i rozszerzoną wiedzę o ich zakresie, miejscu i znaczeniu w obszarze nauk humanistycznych
FPK_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie współczesne uwarunkowania cywilizacyjne, jest świadomy wpływu historii na rozwój języka oraz literatury i kultury, w szczególności polskiej
FPK_K2_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady funkcjonowania kultury, posiada wiedzę o jej systemach i społecznych obiegach, zorientowaną na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej