



Podstawy reklamy Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna	Cykl dydaktyczny 2023/24
Specjalność Reklama i public relations	Kod zajęć 14DKSRPRS.14S.11245.23
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa	Języki wykładowe polski
Poziom studiów studia pierwszego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy
Forma studiów studia stacjonarne	Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Profil studiów profil praktyczny	
Koordinator zajęć	Dorota Piontek
Prowadzący zajęcia	Dorota Piontek
Okres Semestr 3	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 15, Zaliczenie z oceną • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną
	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	przekazane wiedzy z zakresu historii reklamy i jej usytuowania we współczesnym marketingu relacyjnym
C2	uświadomienie studentom złożoności i wieloaspektowości procesu komunikacji reklamowej
C3	zdobycie praktycznej wiedzy potrzebnej do analizowania i zarządzania komunikacją reklamową

Wymagania wstępne

- ogólna wiedza na temat komunikacji społecznej

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	ma wiedzę o metodach i narzędziach, w tym technikach pozyskiwania danych, niezbędnych do właściwego funkcjonowania systemu komunikowania społecznego, a także pozwalających opisywać struktury i instytucje społeczne oraz procesy w nich i między nimi zachodzące, ze szczególnym uwzględnieniem instytucji i organizacji społecznych oraz gospodarczych	DKS_K1_W01, DKS_K1_W08	Kolokwium pisemne, Projekt
W2	ma wiedzę o środkach społecznego komunikowania, poglądach na temat ich roli w życiu społeczeństwa, rodzajach więzi społecznych w takich środkach i ich otoczeniu oraz historycznej ewolucji sposobów komunikowania	DKS_K1_W03, DKS_K1_W06	Kolokwium pisemne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	posiada umiejętność rozumienia i analizowania zjawisk społecznych istotnych dla efektywnego funkcjonowania systemu komunikowania społecznego	DKS_K1_U01, DKS_K1_U02	Projekt, Wypowiedź ustna
U2	posiada podstawowe umiejętności w zakresie prowadzenia badań społecznych niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i działań promocyjno-reklamowych	DKS_K1_U02, DKS_K1_U03, DKS_K1_U04	Projekt, Wypowiedź ustna
U3	posiada umiejętność efektywnego wykorzystania wiedzy, procedur i środków do wykonywania zadań zawodowych w środkach społecznego przekazu, w działaniach promocyjno-reklamowych oraz zarządzaniu procesem komunikowania zgodnie ze studiowaną specjalnością	DKS_K1_U02	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	rozumie potrzebę poszerzania i aktualizowania wiedzy, umiejętności i kompetencji przez całe życie	DKS_K1_K01	Raport, Wypowiedź ustna
K2	potrafi pracować w grupie i ma świadomość znaczenia pracy zespołowej dla realizacji celów w pracy zawodowej i działalności publicznej	DKS_K1_K02, DKS_K1_K05	Projekt, Raport, Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	reklama - zarys historyczny; typy reklamy	W2	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
2.	reklama jako element marketingu; zintegrowana komunikacja marketingowa	W1, U1	Wykład, Ćwiczenia
3.	cele i funkcje reklamy; kulturotwórcza funkcja reklamy	W2, U2	Wykład, Ćwiczenia
4.	reklama jako proces komunikowania masowego; media reklamowe	W2	Wykład
5.	polityka reklamy; fazy cyklu życiowego i cele polityki marketingowej i reklamowej	W1, W2, U2	Wykład
6.	nowe trendy w komunikacji marketingowej	W1, U3, K1, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład problemowy, Dyskusja
Ćwiczenia	Dyskusja, Metoda projektu, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	<ul style="list-style-type: none"> • zaliczenie pisemnego kolokwium
Ćwiczenia	<ul style="list-style-type: none"> • obecność na zajęciach • opracowanie projektu • prezentacja projektu • raport

Literatura

Obowiązkowa

1. Nowacki R., Reklama. Podręcznik, Diffin, 2022.

Dodatkowa

1. Taranko, T. (2015). Komunikacja marketingowa. Istota, uwarunkowania, efekty. Oficyna Wolters Kluwer Business, Warszawa.
2. Wiktor, J.W. (2013). Komunikacja marketingowa. Modele, struktury, formy przekazu. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15
Ćwiczenia	15
Czytanie wskazanej literatury	20

Przygotowanie raportu	10
Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K1_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do krytycznego analizowania posiadanej wiedzy oraz dostępnych źródeł i informacji oraz uzupełniania ich w oparciu o ekspertyzy i źródła naukowe w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania oraz określania w pracy zawodowej i działalności publicznej zadań i działań na rzecz środowiska społecznego, a także sposobów i środków ich realizacji
DKS_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczestniczenia w życiu społecznym korzystając z różnych mediów i sposobów komunikowania
DKS_K1_U01	Absolwent/ka potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać dane do opisywania, interpretowania, oceniania, analizowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów społecznych dotyczących komunikacji społecznej i mediów
DKS_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 dziennikarza i specjalisty ds. komunikacji
DKS_K1_U03	Absolwent/ka potrafi posiada umiejętność organizacji pracy własnej i zespołowej, krytycznego oceniania jej stopnia zaawansowania, samodzielnego podejmowania i inicjowania działań badawczych
DKS_K1_U04	Absolwent/ka potrafi przygotowywać typowe prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce medioznawczej, posługując się specjalistyczną terminologią i wykorzystując podstawowe ujęcia teoretyczne, a także różne źródła i opracowania
DKS_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie zasady funkcjonowania człowieka w społeczeństwie, w szczególności jako podmiotu konstytuującego organizacje i instytucje medialne
DKS_K1_W03	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu metody i teorie wyjaśniające relacje między strukturami i instytucjami medialnymi funkcjonującymi w państwie i społeczeństwie oraz praktyczne zastosowanie tej wiedzy w działalności zawodowej typowej dla osób w nich pracujących
DKS_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie zagadnienia związane z wpływem globalizacji i postępu naukowo-technologicznego na procesy społeczno-komunikacyjne i funkcjonowanie organizacji medialnych
DKS_K1_W08	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji i wynikające z nich konsekwencje i wyzwania dla funkcjonowania człowieka w systemie społecznym, ze szczególnym uwzględnieniem systemu medialnego