



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Gatunki i formaty reklamowe

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.13849.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Małgorzata Meszczyńska	
Prowadzący zajęcia	Małgorzata Meszczyńska	
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	przekazanie studentom wiedzy z zakresu typologii gatunków i formatów reklamowych
C2	wykształcenie u studentów umiejętności efektywnego posługiwania się odmiennymi językami przekazów reklamowych
C3	wykształcenie u studentów umiejętności konstruowania przekazu reklamowego z uwzględnieniem specyfiki odmiennych gatunków i formatów

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	potrafi określić specyfikę przekazu reklamowego	FPK_K2_W01, FPK_K2_W02, FPK_K2_W04, FPK_K2_W05, FPK_K2_W06, FPK_K2_W07	Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Praca pisemna
W2	potrafi wykazać się znajomością gatunków i formatów reklamowych	FPK_K2_W01, FPK_K2_W02, FPK_K2_W04, FPK_K2_W05, FPK_K2_W06, FPK_K2_W07, FPK_K2_W09	Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Praca pisemna
W3	potrafi rozpoznawać i klasyfikować formy i typy reklamy	FPK_K2_W01, FPK_K2_W02, FPK_K2_W04, FPK_K2_W05, FPK_K2_W06, FPK_K2_W09	Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Praca pisemna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi zastosować w działalności reklamowej zróżnicowane techniki właściwe dla poszczególnych form przekazu reklamowego	FPK_K2_U02, FPK_K2_U03, FPK_K2_U04, FPK_K2_U05, FPK_K2_U06, FPK_K2_U07, FPK_K2_U11, FPK_K2_U12	Prezentacja multimedialna
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	potrafi dobrać i zastosować właściwe techniki reklamowe, z uwzględnieniem specyfiki poszczególnych grup docelowych	FPK_K2_K04, FPK_K2_K05, FPK_K2_K08	Prezentacja multimedialna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Koncepcja przekazu reklamowego	W1	Ćwiczenia
2.	Techniki przekazu reklamowego	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
3.	Reklama telewizyjna	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
4.	Reklama radiowa	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
5.	Reklama prasowa	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
6.	Reklama zewnętrzna	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
7.	Reklama kinowa	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
8.	Reklama internetowa	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
9.	Drukowana reklama pozaprasowa	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
10.	Gadżety reklamowe	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
11.	Reklama w miejscu sprzedaży	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia
12.	Reklama wystawiennicza	W1, W2, W3, U1, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda warsztatowa, Metoda projektu, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	wartość merytoryczna wypowiedzi, stopień przygotowania do zajęć, przygotowanie prezentacji multimedialnej, praca pisemna, bardzo dobry (bdb; 5,0): bardzo dobra praca na zajęciach świadcząca o przygotowaniu na zajęcia, bardzo wysoka wartość merytoryczna wypowiedzi, bardzo dobra jakość prezentacji multimedialnej i pracy pisemnej; 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. Pańczyk M., Podstawy reklamy, Poznań 2020
2. McStay A., Reklama cyfrowa. Podręcznik, przeł. K. Jankowiak, Łódź 2020
3. Napierała M., Filozofia reklamy, Kraków 2012

Dodatkowa

1. Nowacki R., Reklama, Warszawa 2005
2. Sztucki T., Promocja. Reklama. Aktywizacja sprzedaży, Warszawa 1995

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30

Czytanie wskazanej literatury	8
Przygotowanie do zajęć	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Przygotowanie pracy pisemnej	5
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 58
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* 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_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do podjęcia partnerskiego dialogu z przedstawicielami odmiennych światopoglądów i postaw, różnych środowisk i kręgów kulturowych
FPK_K2_K08	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania aktywności w podejmowaniu działań profesjonalnych samodzielnie i zespołowo, przestrzegając zasad etyki
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_U11	Absolwent/ka potrafi rozpoznawać i ewaluować ze względu na ich przydatność do realizacji celów wyznaczonych zadaniami w pracy zawodowej ekspresywne, estetyczne i pragmatyczne możliwości języka polskiego
FPK_K2_U12	Absolwent/ka potrafi wykazywać, warunkowaną pogłębioną znajomością gatunków, konwencji oraz stylów, inwencję w zakresie twórczego pisania, szczególnie w kontekście zawodowym
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_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, zjawiska, metodologie i teorie wyjaśniające złożone zależności między nimi, stanowiące zaawansowaną wiedzę z zakresu badań literackich i językowych wraz z właściwym umocowaniem kontekstowym, w związku z czym posiada uporządkowaną i podbudowaną teoretycznie wiedzę zorientowaną na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, obejmującą kluczowe zagadnienia oraz wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej – właściwe dla programu kształcenia
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_W05	Absolwent/ka zna i rozumie prawne i ekonomiczne uwarunkowania funkcjonowania instytucji związanych z wybraną sferą działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej, a w szczególności zna zasady prawa autorskiego
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

Kod	Treść
FPK_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu specyfikę nowych mediów i ich społeczno-kulturowe znaczenie oraz zastosowanie nowoczesnych narzędzi informatycznych w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, bibliotecznej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie w wyniku pogłębionej i rozszerzonej wiedzy o najnowszej literaturze i wydarzeniach życia kulturalnego zna i rozumie prawa rządzące związkami kultury, literatury i sztuki polskiej z historią, kulturą, literaturą i sztuką powszechną