



UNIwersytet  
IM. ADAMA MICKIEWICZA  
W POZNANIU

## Techniki reklamy Sylabus zajęć

### Informacje podstawowe

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>Politologia<br><b>Specjalność</b><br>Marketing polityczny i doradztwo w polityce<br><b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa<br><b>Poziom studiów</b><br>studia drugiego stopnia<br><b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne<br><b>Profil studiów</b><br>profil ogólnoakademicki |                                                                                                                                  | <b>Cykl dydaktyczny</b><br>2023/24<br><b>Kod zajęć</b><br>14POLMPDS.22S.11603.23<br><b>Języki wykładowe</b><br>polski<br><b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy specjalnościowy<br><b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty specjalnościowe |
| <b>Koordynator zajęć</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Marek Chojnacki                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Prowadzący zajęcia</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Marek Chojnacki                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Okres</b><br>Semestr 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | <b>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</b><br>• Wykład: 15, Zaliczenie z oceną<br>• Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>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 |
|----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Wiedzy - Student/ka:</b>                  |                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| W1                                           | zna i rozumie rolę działań reklamowych w obszarze marketingu politycznego.                                                                                            | POL_K2_W01,<br>POL_K2_W02,<br>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,<br>POL_K2_W08,<br>POL_K2_W10 | Projekt                                                      |
| <b>Umiejętności - Student/ka:</b>            |                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| U1                                           | potrafi zanalizować i trafnie zinterpretować cele kampanii promocyjnej uwzględniając jej obecność w życiu konkretnych środowisk.                                      | POL_K2_U01,<br>POL_K2_U02,<br>POL_K2_U04 | Projekt                                                      |
| U2                                           | potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w tworzeniu scenariuszy reklamy prasowej, telewizyjnej, radiowej oraz internetowej.                                                | POL_K2_U03,<br>POL_K2_U06,<br>POL_K2_U11 | Projekt                                                      |
| <b>Kompetencji społecznych - Student/ka:</b> |                                                                                                                                                                       |                                          |                                                              |
| 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,<br>POL_K2_K05,<br>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,<br>POL_K2_K05,<br>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                          |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>150 |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>          | <b>ECTS</b><br>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                                                                                                                                                              |