



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Produkcja reklamy Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Produkcja audiowizualna Specjalność Producent audiowizualny - freelancer Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14PAUFRLS.28S.04982.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Dominika Narożna	
Prowadzący zajęcia		
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 4

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	zaprezentowanie wiedzy na temat reklamy audiowizualnej
C2	przedstawienie procesu tworzenia reklamy audiowizualnej
C3	umiejętność wyprodukowania profesjonalnej reklamy audiowizualnej

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 pojęcia związane z zagadnieniem tworzenia reklamy audiowizualnej	PAU_K2_W03, PAU_K2_W04, PAU_K2_W10, PAU_K2_W11	Projekt
W2	ma wiedzę na temat potrzeb konsumenckich związanych z rynkiem reklamowym	PAU_K2_W04	Projekt
W3	wykorzystuje zdobytą wiedzę w praktyce zawodowej	PAU_K2_W03, PAU_K2_W04, PAU_K2_W10, PAU_K2_W11	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi analizować reklamy audiowizualne pod względem jakości produkcyjnej i trafności co do doboru środków ekspresji	PAU_K2_U01, PAU_K2_U04, PAU_K2_U05, PAU_K2_U09, PAU_K2_U11	Projekt
U2	umie realizować reklamy audiowizualne	PAU_K2_U01, PAU_K2_U04, PAU_K2_U05, PAU_K2_U11	Projekt
U3	wykorzystuje zdobytą wiedzę w praktyce zawodowej	PAU_K2_U01, PAU_K2_U04, PAU_K2_U05, PAU_K2_U11	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	posiada kompetencje w obszarze organizacji produkcji reklamy audiowizualnej	PAU_K2_K01, PAU_K2_K02	Projekt
K2	wykorzystuje zdobytą wiedzę w praktyce zawodowej	PAU_K2_K01, PAU_K2_K02	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	1. Rynek reklamowy w Polsce a. Dane i statystyki b. Zapotrzebowanie klientów c. Formy reklam d. Funkcje	W1, W2	Ćwiczenia
2.	2. Rozmowy z klientem a. Produkt lub usługa b. Kwestie finansowe – negocjacje c. Kontent	W2, U3, K2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	3. Reasearch a. Ustalenia b. Dokumentacja c. Wybór	W2, U1, K2	Ćwiczenia
4.	4. Scenariusz a storyboard a. Koncepcja b. Zasady c. Przygotowanie	W1, U1, K2	Ćwiczenia
5.	5. Dobór osobowy: a. Obsady realizacyjnej b. Aktorów	W3, U2, K1	Ćwiczenia
6.	6. Lokacje filmowe: a. Research b. Ustalenie	W3, U3, K1	Ćwiczenia
7.	7. Dobór muzyczny i dźwiękowy: a. Kompozycje b. Efekty dźwiękowe	W3, U2, K1	Ćwiczenia
8.	8. Dzień zdjęciowy – nagranie ujęć: a. Studio b. Plener	W3, U2, K1	Ćwiczenia
9.	9. Dogrywki zdjęciowe: a. Studio b. Plener	W3, U2, K1	Ćwiczenia
10.	10. Analiza materiału wyjściowego: a. Wybór ujęć b. Układ sekwencyjny	W1, U2, K2	Ćwiczenia
11.	11. Montaż materiału audiowizualnego: a. Obraz b. Dźwięk	W1, U2, K2	Ćwiczenia
12.	12. Postprodukcja materiału audiowizualnego: a. Efekty b. Kolaudacja c. Poprawki	W1, U2, K1	Ćwiczenia
13.	13. Pokaz efektów pracy zespołowej na forum grupy – część 1: a. Analiza b. Dyskusja	W1, U2, K2	Ćwiczenia
14.	14. Pokaz efektów pracy zespołowej na forum grupy – część 2: a. Analiza b. Dyskusja	W1, U2, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

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

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): pogłębiona wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadowalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadowalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Arijon D. (2007), Gramatyka języka filmowego. Warszawa.

Dodatkowa

1. Barska A. (2016), Reklama wczoraj i dziś. Warszawa.
2. Grzegorzczak A. (2010), Reklama. Warszawa.
3. Jaska E. (2013), Determinanty skutecznej reklamy medialnej. „Polityki europejskie, finanse i marketing”, nr 10, s. 312-319.
4. Makowski M. (2020), Niewerbalna komunikacja w reklamie telewizyjnej. Warszawa.
5. McStay A. (2020), Reklama cyfrowa. Podręcznik. Łódź.
6. Nowacki R. (2005), Reklama. Podręcznik. Warszawa.
7. Stępowski R. (2016), Komunikacja marketingowa 2030. Technologiczna rewolucja i mentalna rewolucja. Lublin.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30
Przygotowanie do zajęć	15
Czytanie wskazanej literatury	15
Przygotowanie projektu	30
Przygotowanie do zaliczenia	30
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120
Liczba punktów ECTS	ECTS 4

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
PAU_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
PAU_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
PAU_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 komunikacji społecznej i mediów ze szczególnym produkcji audiowizualnej
PAU_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej artystów lub specjalistów ds. komunikacji audiowizualnej
PAU_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla zakresie komunikacji społecznej i mediów ze szczególnym uwzględnieniem procesów zachodzących w świecie audiowizualnym
PAU_K2_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać różne prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce pozostającej w zainteresowaniu komunikacji społecznej i mediów
PAU_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i kultury
PAU_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku produkcja audiowizualna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej artystów, specjalistów i doradców medialnych w organizacjach i instytucjach w zakresie komunikacji audiowizualnej oraz prowadzenia własnej działalności gospodarczej, której głównym obszarem stanowi tworzenie produkcji audiowizualnych
PAU_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą komunikacji audiowizualnej oraz ich wpływem na społeczeństwo
PAU_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców mediów i kultury oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług
PAU_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji i sposoby pracy w telewizji i studiach filmowych, instytucjach kultury i sztuki, agencjach (public relations, marketingowych) lub komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie audiowizualne (wewnętrzne lub zewnętrzne) w zależności od wybranej specjalności