



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Językowe podstawy copywritingu Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów Filologia polska</p> <p>Specjalność Specjalność komunikacja medialna</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Filologii Polskiej i Klasycznej</p> <p>Poziom studiów studia pierwszego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów profil ogólnoakademicki</p>	<p>Cykl dydaktyczny 2023/24</p> <p>Kod zajęć 03FPLMES.12S.12486.23</p> <p>Języki wykładowe polski</p> <p>Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy</p> <p>Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe</p>	
<p>Koordynator zajęć</p>	Sylwia Karolak, Agnieszka Kula, Marcin Telicki	
<p>Prowadzący zajęcia</p>	Piotr Fliciński	
<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną</p>	<p>Liczba punktów ECTS 2</p>

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	przekazanie wiedzy dotyczącej struktury i funkcjonowania komunikatów reklamowych we współczesnej przestrzeni kulturowej
C2	przekazanie wiedzy o zależności sposobu językowego kształtowania tekstu od sytuacji komunikacyjnej
C3	wyrobienie umiejętności analizowania i interpretowania komunikatów reklamowych
C4	doskonalenie umiejętności sprawnego, poprawnego, skutecznego i estetycznego posługiwania się polszczyzną w gatunku reklamowym
C5	wyrobienie nawyku korzystania ze źródeł leksykograficznych w pracy nad tekstem o charakterze komercyjnym
C6	rozwinięcie umiejętności twórczego wyzyskania środków językowych w pracy nad tekstem o charakterze komercyjnym
C7	doskonalenie umiejętności pracy w zespole

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	definiuje podstawowe pojęcia związane z komunikatem reklamowym	FPL_K1_W01, FPL_K1_W02	Projekt, Zadania warsztatowe
W2	wyjaśnia zależności między stylem, gatunkiem a tekstem reklamowym	FPL_K1_W01, FPL_K1_W02, FPL_K1_W06	Projekt, Zadania warsztatowe
W3	rozpoznaje i rozróżnia widoczne w tekstach reklamowych tendencje ewolucyjne współczesnej polszczyzny	FPL_K1_W02, FPL_K1_W04, FPL_K1_W11	Projekt, Zadania warsztatowe
Umiejętności - Student/ka:			
U1	analizuje i interpretuje teksty reklamowe	FPL_K1_U03, FPL_K1_U04, FPL_K1_U06	Projekt, Zadania warsztatowe
U2	krytycznie ocenia wartość sloganu reklamowego i tekstu właściwego	FPL_K1_U03, FPL_K1_U04, FPL_K1_U05	Projekt, Zadania warsztatowe
U3	podaje przykłady fortunnych tekstów reklamowych i uzasadnia wybór	FPL_K1_U03, FPL_K1_U04, FPL_K1_U06, FPL_K1_U12	Projekt, Zadania warsztatowe
U4	tworzy teksty reklamowe	FPL_K1_U03, FPL_K1_U04, FPL_K1_U12, FPL_K1_U13	Projekt, Zadania warsztatowe
U5	korzysta ze słowników tradycyjnych i elektronicznych, słowników dostępnych w sieci i z językowych korpusów sieciowych w pracy nad komunikatem reklamowym	FPL_K1_U04, FPL_K1_U06	Projekt, Zadania warsztatowe

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	świadomie i kompetentnie uczestniczy w skomercjalizowanej przestrzeni kulturowej	FPL_K1_K09, FPL_K1_K11	Projekt, Zadania warsztatowe

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Styl - gatunek - komunikat reklamowy	W1, W2	Ćwiczenia
2.	Językowe wyznaczniki tekstu reklamowego	W1, W2	Ćwiczenia
3.	Tendencje ewolucyjne współczesnej polszczyzny a tekst reklamowy	W1, W3, U1, K1	Ćwiczenia
4.	Różnoustylistyczność tekstu reklamowego	W1, W2, W3, U1	Ćwiczenia
5.	Slogan reklamowy - charakterystyka	W1, W2, W3, U1, U2, U3, U5	Ćwiczenia
6.	Tekst właściwy (body text) i tekst poboczny	W1, W2, U2, U3, U5	Ćwiczenia
7.	Reklama radiowa - warsztat	W1, W2, U1, U4, U5, K1	Ćwiczenia
8.	Reklama telewizyjna - warsztat	W1, W2, U1, U4, U5, K1	Ćwiczenia
9.	Ulotka, plakat, akcja promocyjna - warsztat	W1, W2, U1, U4, U5, K1	Ćwiczenia
10.	Reklama społeczna - warsztat	W1, W2, U1, U4, U5, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

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

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	<p>Warunkami zaliczenia zajęć są: aktywne uczestnictwo, wykonanie zadań warsztatowych (np. przygotowanie akcji promocyjnej produktu, przygotowanie krytycznej interpretacji sloganów reklamowych etc.) oraz przygotowanie i przedstawienie projektu.</p> <p>Kryteria oceniania: bardzo dobry (bdb; 5,0) – znakomite wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne oraz bardzo dobrze wykonany projekt zaliczeniowy</p> <p>dobry plus (db+; 4,5) – bardzo dobre wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne oraz dobrze wykonany projekt zaliczeniowy</p> <p>dobry (db; 4,0) – dobre wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne dobrze wykonany projekt zaliczeniowy</p> <p>dostateczny plus (dst+; 3,5) – zadawalające wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne, ale ze znacznymi niedociągnięciami oraz dobrze wykonany projekt zaliczeniowy</p> <p>dostateczny (dst; 3,0) – zadawalające wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne, ale z licznymi błędami oraz zadawalająco wykonany projekt zaliczeniowy</p> <p>niedostateczny (ndst; 2,0) – niezadawalające wiedza, umiejętności i kompetencje personalne i społeczne źle wykonany projekt zaliczeniowy lub brak jego wykonania</p>

Literatura

Obowiązkowa

1. J. Bralczyk, Język na sprzedaż, Gdańsk 2004.
2. W. Budzyński, Reklama – techniki skutecznej perswazji, Warszawa 1999.
3. M. Ślużyński, Marketing w praktyce. Budowanie marki, tworzenie tekstów reklamowych, Gliwice 2004.
4. J. Kall, Reklama, wyd. II zmienione, Warszawa 2002.
5. E. Szczęsna, Poetyka reklamy, Warszawa 2001.
6. D. Doliński, Psychologiczne mechanizmy reklamy, Gdańsk 2005.
7. Murdoch, Kreatywność w reklamie, Warszawa 2004.
8. Powyższa lista ma charakter orientacyjny i jest realizowana we fragmentach z uwzględnieniem zaplanowanego dla przedmiotu nakładu czasu pracy przewidzianego na czytanie.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	30
Czytanie wskazanej literatury	10
Przygotowanie projektu	10
Inne	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
FPL_K1_K09	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do etycznej oceny własnej pracy, a także do odpowiedzialnego przyjmowania zróżnicowanych ról zawodowych i społecznych w różnych formach życia zbiorowego;
FPL_K1_K11	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do funkcjonowania w zróżnicowanym (także międzynarodowym) otoczeniu społeczno-kulturowym i zawodowym.
FPL_K1_U03	Absolwent/ka potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje dla celów badawczych lub zawodowych;
FPL_K1_U04	Absolwent/ka potrafi stosować odpowiednie procedury (formułować i analizować problemy, dobierać metody i narzędzia, opracowywać, prezentować i wdrażać wyniki badań) w celu rozwiązywania nietypowych zadań w zakresie wybranej specjalności;
FPL_K1_U05	Absolwent/ka potrafi przez całe życie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności ogólne i dziedzinowe oraz podejmować współpracę z innymi osobami;
FPL_K1_U06	Absolwent/ka potrafi posługiwać się w typowych sytuacjach profesjonalnych podstawowymi ujęciami teoretycznymi, pojęciami i sprawnościami właściwymi dla polonistyki;
FPL_K1_U12	Absolwent/ka potrafi wykazać się znajomością gatunków, konwencji oraz stylów w zakresie twórczego pisania;
FPL_K1_U13	Absolwent/ka potrafi dzięki znajomości wybranego języka nowożytnego na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego przetłumaczyć na język polski prosty tekst obcojęzyczny o tematyce kulturalno-społecznej i/lub związanej z prowadzonymi badaniami, wybraną specjalnością czy wykonywaną pracą;
FPL_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu zakres, miejsce i znaczenie studiów polonistycznych w obszarze nauk humanistycznych oraz ich specyfikę przedmiotową i metodologiczną;
FPL_K1_W02	Absolwent/ka zna i rozumie elementarną terminologię z zakresu badań nad językiem, literaturą i ich kontekstami;
FPL_K1_W04	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe metody analizy i interpretacji różnych tekstów ze szczególnym uwzględnieniem komunikatów językowych, w tym literackich, właściwe dla wybranych tradycji, teorii lub szkół badawczych w obrębie literaturoznawstwa i językoznawstwa;
FPL_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu systemy i społeczne obiegi kultury;
FPL_K1_W11	Absolwent/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu współczesny język polski wraz z jego uwarunkowaniami analizowanymi z wykorzystaniem podbudowanej teoretycznie wiedzy językoznawczej;