



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Techniki reklamy

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Filologia polska (K) Specjalność Specjalność reklama i kreowanie wizerunku Jednostka organizacyjna Wydział Pedagogiczno-Artystyczny w Kaliszu Poziom studiów studia pierwszego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2024/25 Kod zajęć 13FPKRWS.18S.11603.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Małgorzata Meszczyńska	
Prowadzący zajęcia	Małgorzata Meszczyńska	
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 30, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	wykształcenie u studentów umiejętności efektywnego posługiwania się odmiennymi językami przekazów reklamowych
C2	przekazanie studentom wiedzy o działaniu mechanizmów reklamy

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 wyjaśnić mechanizmy działania reklamy, jej cele i mechanizmy psychologiczne leżące u podstaw jej skuteczności	FPK_K1_W01, FPK_K1_W06, FPK_K1_W11, FPK_K1_W14, FPK_K1_W17, FPK_K1_W20, FPK_K1_W21, FPK_K1_W22, FPK_K1_W23	Kolokwium ustne, Test, Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Praca pisemna
W2	potrafi rozpoznawać i klasyfikować formy i typy reklamy	FPK_K1_W04, FPK_K1_W06, FPK_K1_W11, FPK_K1_W15	Kolokwium ustne, Test, Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Praca pisemna
Umiejętności - Student/ka:			
U1	potrafi zastosować w działalności reklamowej wiedzę z zakresu marketingu, socjologii (np. charakterystyka grup docelowych) i innych obszarów wiedzy, które mogą wspomóc tę działalność	FPK_K1_U01, FPK_K1_U02, FPK_K1_U03, FPK_K1_U04, FPK_K1_U05, FPK_K1_U06, FPK_K1_U07, FPK_K1_U13, FPK_K1_U15, FPK_K1_U16, FPK_K1_U17, FPK_K1_U18	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
U2	potrafi, posługując się aktywnymi metodami właściwymi dla copywritingu, stworzyć pakiet sloganów reklamowych, opisujących wybrany produkt lub inny przedmiot działalności reklamowej	FPK_K1_U01, FPK_K1_U02, FPK_K1_U03, FPK_K1_U04, FPK_K1_U06, FPK_K1_U10, FPK_K1_U12, FPK_K1_U13, FPK_K1_U15, FPK_K1_U16, FPK_K1_U17	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
U3	potrafi skonstruować konspekt przekazu reklamowego, zwracając uwagę na kolejność etapów planowania (w tym określenie grupy docelowej, prognoza efektywności itp.)	FPK_K1_U01, FPK_K1_U02, FPK_K1_U03, FPK_K1_U04, FPK_K1_U06, FPK_K1_U08, FPK_K1_U09, FPK_K1_U16, FPK_K1_U17	Projekt, Prezentacja multimedialna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa)
Kompetencji społecznych - Student/ka:			

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K1	potrafi konstruować – z wykorzystaniem wiedzy o językowych mechanizmach perswazji – reklamę prospołeczną	FPK_K1_K01, FPK_K1_K02, FPK_K1_K03, FPK_K1_K04, FPK_K1_K05, FPK_K1_K06, FPK_K1_K07, FPK_K1_K08, FPK_K1_K09	Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa), Praca pisemna
K2	potrafi wykorzystywać właściwe dla działalności reklamowej narzędzia, rozumiejąc zasadność ich użycia i konsekwencje, jakie ze sobą niosą (np. manipulacja)	FPK_K1_K01, FPK_K1_K02, FPK_K1_K03, FPK_K1_K04, FPK_K1_K05, FPK_K1_K07, FPK_K1_K08, FPK_K1_K09, FPK_K1_K11, FPK_K1_K12	Projekt, Prezentacja multimedialna, Wypowiedź ustna, Zaliczenie praktyczne (analiza wykonawstwa), Praca pisemna

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Psychologiczne uwarunkowania skuteczności przekazu reklamowego (pragnienie mimetyczne)	W1	Ćwiczenia
2.	Cele i funkcje reklamy	W1, W2	Ćwiczenia
3.	Techniki efektywnej reklamy – językowe i wizualne środki perswazji	W1, W2	Ćwiczenia
4.	Typologia reklam	W1, W2	Ćwiczenia
5.	Techniki copywritingu – tworzenie skutecznych haseł reklamowych	U1, U2, U3	Ćwiczenia
6.	Planowanie reklamy	U1, U2, U3	Ćwiczenia
7.	Emocje w reklamie	K1, K2	Ćwiczenia
8.	Wykorzystanie technologii multimedialnych w procesie kształtowania przekazu reklamowego	K1, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Uczenie problemowe (Problem-based learning), Metoda ćwiczeniowa, Metoda warsztatowa, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Metoda aktywizująca - "burza mózgów", Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Warunkiem zaliczenia zajęć jest obecność i aktywność na zajęciach, wartość merytoryczna wypowiedzi prezentowanych na zajęciach, wartość realizacji poszczególnych zadań, poziom realizacji projektu, zdanie kolokwium ustnego. Kryteria oceniania wg skali stosowanej w UAM: bardzo dobry (bdb; 5,0): znakomita wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): bardzo dobra wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne, ale ze znacznymi niedociągnięciami dostateczny (dst; 3,0): zadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne, ale z licznymi błędami niedostateczny (ndst; 2,0): niezadowalająca wiedza, umiejętności, kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Napierała M., Filozofia reklamy, Kraków 2012
2. d'Almeida F. Manipulacja w polityce, w reklamie, w miłości, Gdańsk 2004
3. Pincas S., Loiseau M, Historia reklamy, Köln 2009
4. Jachnis A., Terelak J.F., Psychologia konsumenta i reklamy, Bydgoszcz 1998

Dodatkowa

1. 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	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Przygotowanie do zajęć	10
Przygotowanie projektu	5
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
FPK_K1_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania potrzeby uczestniczenia w życiu kulturalnym i jej realizacji oraz stymulowania w swoim otoczeniu i dla celów zawodowych
FPK_K1_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialności za zachowanie dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, świata
FPK_K1_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozumienia roli wiedzy o języku, literaturze i kulturze rodzimej w budowaniu tożsamości zbiorowej i rozwijaniu więzi społecznych
FPK_K1_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_K1_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do podjęcia partnerskiego dialogu z przedstawicielami odmiennych światopoglądów i postaw, różnych środowisk i kręgów kulturowych
FPK_K1_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do krzewienia w pracy zawodowej kultury języka i kultury czytelniczey
FPK_K1_K07	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do realizacji potrzeby ustawicznego uczenia się i ma świadomość poziomu swojej wiedzy i umiejętności
FPK_K1_K08	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do aktywności w podejmowaniu działań profesjonalnych samodzielnie i zespołowo
FPK_K1_K09	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania wrażliwości etycznej związanej z własną pracą i udziałem w różnych formach życia zbiorowego
FPK_K1_K11	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do funkcjonowania w zróżnicowanym (także międzynarodowym) otoczeniu społeczno-kulturowym i zawodowym
FPK_K1_K12	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do pracy w zespole wedle celów i wskazówek formułowanych przez kierownika zespołu
FPK_K1_U01	Absolwent/ka potrafi dostrzegać i wykorzystywać we własnej praktyce zawodowej specyfikę twórczości literackiej i estetyczne funkcje języka
FPK_K1_U02	Absolwent/ka potrafi na gruncie zawodowym porozumiewać się przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w języku rodzimym i obcym
FPK_K1_U03	Absolwent/ka potrafi posługiwać się w mowie i piśmie różnymi stylami funkcjonalnymi polszczyzny w zależności od sytuacji komunikacyjnej oraz specyfiki wykonywanej pracy
FPK_K1_U04	Absolwent/ka potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i wykorzystywać informacje dla celów zawodowych
FPK_K1_U05	Absolwent/ka potrafi wykorzystać elementarne umiejętności badawcze i praktyczne (formułowanie i analiza problemów, dobór metod i narzędzi, opracowanie, prezentacja i wdrożenie wyników), pozwalające na rozwiązywanie typowych zadań/problemów w obrębie profesji związanych z wykształceniem polonistycznym
FPK_K1_U06	Absolwent/ka potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności ogólne i dziedzinowe oraz zawodowe, kierując się wskazówkami opiekuna naukowego i opiekuna praktyki zawodowej
FPK_K1_U07	Absolwent/ka potrafi posługiwać się w typowych sytuacjach profesjonalnych podstawowymi ujęciami teoretycznymi, pojęciami i sprawnościami właściwymi dla polonistyki
FPK_K1_U08	Absolwent/ka potrafi rozpoznać różne rodzaje tekstów, ze szczególnym uwzględnieniem tekstów literackich, oraz przeprowadzić ich analizę i interpretację w konkretnym kontekście kulturowym i zawodowym
FPK_K1_U09	Absolwent/ka potrafi formułować i wyrażać w mowie i piśmie własne poglądy w ważnych sprawach dotyczących kultury, życia społecznego, problemów zawodowych i kwestii światopoglądowych
FPK_K1_U10	Absolwent/ka potrafi skonstruować w języku polskim, w konkretnej sytuacji zawodowej, typową wypowiedź pisemną oraz przygotować i zaprezentować wystąpienie ustne i/lub multimedialne dotyczące literatury, języka, a także innych obszarów komunikacji kulturowej i interpersonalnej

Kod	Treść
FPK_K1_U12	Absolwent/ka potrafi rozpoznać, ocenić i spożytkować ekspresywne, estetyczne i pragmatyczne możliwości języka polskiego
FPK_K1_U13	Absolwent/ka potrafi wykazać elementarną inwencję i znajomość gatunków, konwencji oraz stylów w zakresie twórczego pisania, szczególnie w kontekście zawodowym
FPK_K1_U15	Absolwent/ka potrafi korzystać z tradycyjnych i cyfrowych źródeł informacji oraz zastosować zasady wprowadzania danych do prac oryginalnych
FPK_K1_U16	Absolwent/ka potrafi posługiwać się podstawowymi programami komputerowymi
FPK_K1_U17	Absolwent/ka potrafi wykorzystać specjalistyczne umiejętności niezbędne do pracy (samodzielnie i w zespołach) w konkretnych przedsiębiorstwach i instytucjach kultury lub edukacji
FPK_K1_U18	Absolwent/ka potrafi wyszukiwać informacje na temat możliwości pozyskiwania środków na działalność kulturalną i/lub edukacyjną
FPK_K1_W01	Absolwent/ka zna i rozumie zakres, miejsce i znaczenie studiów polonistycznych w obszarze nauk humanistycznych oraz specyfikę przedmiotową i metodologiczną, z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_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
FPK_K1_W06	Absolwent/ka zna i rozumie sposób funkcjonowania kultury, jej systemy i społeczne obiegi i ich specyfikę z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W11	Absolwent/ka zna i rozumie specyfikę współczesnego języka polskiego z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W14	Absolwent/ka zna i rozumie specyfikę związków kultury, literatury i sztuki polskiej z historią, kulturą, literaturą i sztuką powszechną z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W15	Absolwent/ka zna i rozumie znaczenie i specyfikę najnowszej literatury i posiada wiedzę o wydarzeniach życia kulturalnego z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W17	Absolwent/ka zna i rozumie specyfikę funkcjonowania współczesnych mediów komunikacyjnych i ich społeczno-kulturowe znaczenie z ukierunkowaniem na zastosowania praktyczne w wybranych sferach działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W20	Absolwent/ka zna i rozumie specyfikę wykorzystania w sytuacjach profesjonalnych szczegółowej wiedzy o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji związanych z wybraną sferą działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W21	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 podstawy prawa autorskiego
FPK_K1_W22	Absolwent/ka zna i rozumie metodykę wykonywania typowych zadań, normy, procedury i dobre praktyki stosowane w wybranej sferze działalności twórczej, kulturalnej, edukacyjnej, medialnej i/lub promocyjno-reklamowej
FPK_K1_W23	Absolwent/ka zna i rozumie specyfikę i metody stosowania w sytuacjach profesjonalnych podstawowej wiedzy o odbiorcach usług kulturalnych, edukacyjnych, medialnych i/lub promocyjno-reklamowych