

## Karta opisu zajęć - Sylabus

Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu

### I. INFORMACJE PODSTAWOWE

Nazwa zajęć: <b>Advertising</b>	Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2023/2024
------------------------------------	---

Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: [Zarządzanie II stopnia, profil praktyczny](#)

Język wykładowy: j. angielski      Rodzaj zajęć: [zajęcia kształcenia kierunkowego](#)

Rok studiów: II      Semestr: III

Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom:  
3 E      Koordynator zajęć  
Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail:  
Dr inż. Elżbieta Wolanin-Jarosz, elzbieta.wolanin-jarosz@pwste.edu.pl

Jednostka organizacyjna: Instytut Ekonomii i Zarządzania

### FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN

Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:

Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:	15	Ćwiczenia:	
Laboratorium:		Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki zawodowe:		Praktyki zawodowe:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
<b>RAZEM:</b>	30	<b>RAZEM:</b>	

### II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

#### Wymagania wstępne i dodatkowe:

student posiada wiedzę z zakresu zarządzania organizacją oraz marketingu.

#### Cel (cele) kształcenia dla zajęć:

poznanie funkcji reklamy w strategii marketingowej przedsiębiorstwa oraz narzędzi i metod służących organizowaniu działań z zakresu reklamy, a także wykształcenie umiejętności dotyczących opracowywania koncepcji reklamowych.

**EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW**

Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się				
<b>UWAGA:</b>				
Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą one od formy zajęć.				
Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:			Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)
<b>Wiedzy - zna i rozumie</b>				
A_W01	zna cele, funkcje, rodzaje i modele reklamy oraz rozróżnia i charakteryzuje narzędzia stosowane w reklamie			K_W06, K_W08, K_W10
<b>Umiejętności - potrafi</b>				
A_U01	potrafi zaplanować i zorganizować działania reklamowe w przedsiębiorstwie, a także oszacować efektywność reklamy			K_U01, K_U05, K_U08
<b>Kompetencji społecznych - jest gotów do</b>				
A_K01	odpowiedzialnego pełnienia określonych ról zawodowych, w szczególności potrafi prawidłowo identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywaniem zawodu, zgodnie z podstawowymi zasadami etyki			K_K03
<b>UWAGA!</b>				
Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.				
<b>TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA</b>				
Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
		<b>wykład</b>		
TP-01	Reklama jako element zintegrowanego systemu komunikacji marketingowej.		Wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin ustny
TP-02	Zarządzanie reklamą. Rodzaje reklamy. Organizacja reklamy. Agencje reklamowe.		Wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin ustny

TP-03	Określanie celów reklamy. Cele marketingowe, behawioralne i komunikacyjne.  Warunki wyznaczania celów reklamy.		Wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin ustny
TP-04	Planowanie reklamy. Metody ustalania budżetu. Czynniki wpływające na wysokość budżetu		Wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin ustny
		<b>ćwiczenia</b>		
TP-05	Planowanie reklamy: analiza sytuacji na potrzeby kampanii reklamowej (badania marketingowe, opracowanie briefu)		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-06	Charakter i konstrukcja przekazu reklamowego. Forma przekazu		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-07	Wykonanie reklamy. Podstawowe techniki reklamowe. Elementy wykonania reklamy w różnych mediach: telewizyjna, internetowa, prasowa, zewnętrzna, pocztowa i miejscu sprzedaży		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-09	Wybór mediów reklamy. Reklama w social mediach		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-09	Badanie efektów reklamy		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium

**Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.**

Dla wykładu:

\* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

# np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć.

### ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

**Literatura podstawowa** (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. G. Felton, Advertising, WW Norton & Co, 2013.
2. M. Skwarek, Perswazja w Social mediach czyli jak sprzedawać tam, gdzie inni tylko zdobywają lajki, Onepress 2021.
3. A. Kozłowska, Reklama: techniki perswazyjne, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2011.
4. J. Wiktor, Reklama, PWN, warszawa 2013.

**Literatura uzupełniająca:**

1. Grzegorzczak, Reklama, PWE, Warszawa 2011.
2. 1.Kall J., Reklama, PWE, Warszawa 2000.

### III. INFORMACJE DODATKOWE

#### BILANS PUNKTÓW ECTS

#### OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności	Liczba godzin *
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	30
Praca własna studenta	45
<b>SUMA GODZIN:</b>	75

#### OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)

		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 3	1,2
	Praca własna studenta		1,8

\* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;

#### OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:

Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej.

Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.

- przygotowanie do egzaminu ustnego z wykładów (A\_W01) - 15 godz.
- przygotowanie do ćwiczeń, case study oraz do kolokwii (A\_U01, A\_K01) - 30 godz.

#### KRYTERIA OCENIANIA

Ocena kształtująca:

wykład – dyskusja

ćwiczenia – obserwacja realizacji zadań cząstkowych ( studium przypadku, ćwiczeń )

Ocena podsumowująca:

wykład –ustny egzamin

ćwiczenia – sprawdzenie poprawności wykonania zadań cząstkowych (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń, ocena kolokwiów)

**INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA  
ODLEGŁOŚĆ**

Zajęcia są przygotowywane do kształcenia na odległość