

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0512.6.BIOT1.A.C	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Copywriting
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Biotechnologia
1.2. Forma studiów	Studia stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia licencjackie
1.4. Profil studiów*	Ogólnoakademicki
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Dr Elżbieta Buchcic
1.6. Kontakt	ebuch@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Język polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak wymagań wstępnych

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Wykład 30 godz.	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia tradycyjne w pomieszczeniu dydaktycznym UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Wykład – problemowy; Dyskusja panelowa; Metody aktywizujące	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	Caples J., 2001: Skuteczna reklama Trout J., 2002: Wielkie marki wielki kłopot Doliński D., 2004: Psychologiczne mechanizmy reklamy
	uzupełniająca	Doliński D., Techniki wpływu społecznego Kielar E., 2011: Marketing w sieci – podstawowe zagadnienia, inspiracje, przykłady, Kraków http://nowoczesnosc.amu.edu.pl/2011/10/warsztaty-komunikacji-reklam-owej-i-copywritingu/ https://www.arp.gda.pl/plik,1308,komunikacja-marketingowa-w-msp-seminarium-17-11-2009-r.pdf

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) C1 - określenie roli copywritingu jako sztuki komunikacji C2 – poznanie wybranych aspektów komunikacji reklamowej determinujących skuteczne porozumiewanie się C3 – przygotowanie wizualnych realizacji komunikacyjnych wykorzystując wiedzę przyrodniczą C4 - pobudzenie do samokształcenia w tej dziedzinie
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Wykład 1. Copywriting – wyjaśnienie terminologii. 2. Społeczne mechanizmy reklamy. 3. Copywriting – sztuka komunikacji. 4. Konceptualizacja założeń komunikacji reklamowej. 5. Specyfika pracy agencji reklamowej. 6. Zasady opracowania i pisanie briefu kreatywnego o treści przyrodniczej. 7. Teoria pozycjonowania komunikacji. 8. Zasady pisania tekstów reklamowych. 9. Zasady copywritingu: claim, headline, body, copy, testimonial. 10. Tworzenie wizualizacji. 11. Zasady przygotowania spotów radiowych i telewizyjnych oraz tworzenie boardów do spotów o tematyce biotechnologicznej. 12. Analiza wybranych reklam o treści przyrodniczej. 13. Wizualizacja własnych pomysłów i kreatywnych rozwiązań komunikacyjnych. 14. Korzystanie z banków zdjęć. 15. Poetyka komunikacji reklamowej

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	zna i rozumie chronologię i znaczenie kluczowych odkryć naukowych w kontekście historycznym i współczesnym	BIOT1A_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi krytycznie ocenić wpływ nauki na rozwój technologiczny i społeczny	BIOT1A_U07
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	jest świadomy etycznych i społecznych aspektów postępu naukowego i potrafi je analizować w kontekście zawodowym.	BIOT1A_K03

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)					
	Aktywność na zajęciach*			Praca własna Prezentacja multimedialna		
	Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...
W01	+			+		
U01	+			+		
K01	+			+		

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W) (w tym e-learning)	3	Aktywnie uczestniczy w zajęciach. Uzyskuje 51%-60% punktów z prezentacji.
	3,5	Aktywnie uczestniczy w zajęciach. Uzyskuje 61%-70% punktów z prezentacji.
	4	Aktywnie uczestniczy w zajęciach. Uzyskuje 71%-80% punktów z prezentacji.
	4,5	Aktywnie uczestniczy w zajęciach. Uzyskuje 81%-90% punktów z prezentacji.
	5	Aktywnie uczestniczy w zajęciach. Uzyskuje 91%-100% punktów z prezentacji.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30	-
Udział w wykładach*	30	-
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	20	-
Przygotowanie do wykładu*	5	-
Opracowanie prezentacji multimedialnej	15	-
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50	-
PUNKTY ECTS za przedmiot	2	-

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....