

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Reklama natywna	
UTH/F/DZ/2/P/ST/B2/23			Native advertising	
Język wykładowy		Polski		
Rok akademicki		2023/2024		
Kierunek		Dziennikarstwo i nowe media		
w zakresie		-		
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia		
Profil studiów		Profil praktyczny		
Forma studiów		Studia stacjonarne		
Semestr / semestry		III		
Przynależność do grupy zajęć		B2. Grupa zajęć kierunkowych – do wyboru		
Status przedmiotu		Wybierany		
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS
		-	-	2 ECTS
		-	-	
		Zajęcia warsztatowe	20 [h]	
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Kształtuje umiejętności praktyczne (profil praktyczny)		2 ECTS
	z uprawnieniami	-		0 ECTS
	z dyscypliną	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		2 ECTS
Forma nauczania		W trybie regularnym – w siedzibie Uczelni lub w trybie zdalnym – z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość		
Wymagania wstępne		Brak		
Jednostka prowadząca		Wydział Filologiczno-Pedagogiczny/Katedra Kultury Polskiej i Mediów		
Koordynator		Mgr Łukasz Nogaj		
Adres strony internetowej pjo		www.wfp.uniwersytetradom.pl		
Adres e-mail, telefon koordynatora		l.nogaj@uthrad.pl, tel. 514 707 996		

EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Cel kształcenia:	Zapoznanie studentów z genezą, charakterystyką i sposobami wykorzystania reklamy natywnej w nowych mediach.
Treści programowe:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Geneza i charakterystyka reklamy natywnej. Definicje pojęć. 2. Miejsce reklamy natywnej w nowoczesnym marketingu i w popkulturze. 3. Reklama natywna a lokowanie produktu. Uwarunkowania legislacyjne stosowania reklamy natywnej w pracy

	<p>dziennikarza.</p> <ol style="list-style-type: none"> Rodzaje i przykłady skutecznego i chybionego zastosowania reklamy natywnej w nowych mediach. Skuteczność reklamy natywnej. Szanse i ryzyko. Studium przypadku. Przygotowywanie projektu reklamy natywnej wybranego produktu lub usługi. Ewaluacja projektów reklamy natywnej. Nieetyczne praktyki w tworzeniu reklam natywnych.
Metody dydaktyczne (kształcenia):	Wykład informacyjny z wykorzystaniem ekspozycyjnych technik multimedialnych, wykład problemowy, metoda przypadków połączona z dyskusją możliwych rozwiązań i alternatyw, ćwiczenia praktyczne, zadaniowe w rozwijaniu intelektu.
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów uczenia się. Uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich form zajęć wchodzących w skład przedmiotu jest równoznaczne ze zdobyciem przez studenta liczby punktów ECTS przyporządkowanej temu przedmiotowi. Sposób obliczania oceny z poszczególnych form zajęć przedstawia się następująco:</p> <p>Zajęcia warsztatowe: Przygotowanie pracy zaliczeniowej (projekt) – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach ocenia się wg skali: - ocena bdb (5) – aktywność na 9 i więcej zajęciach, - ocena db (4) – aktywność na 6-8 zajęciach, - ocena dst (3) – aktywność na 3-5 zajęciach.</p>

Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć				Metody weryfikacji efektów uczenia się	
Numer efektu uczenia się	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do:	Kierunkowy efekt uczenia się (KEU)	Forma zajęć	Forma weryfikacji (zaliczeń)	Metody sprawdzania i oceny
W1	Zna mechanizmy funkcjonowania reklamy natywnej w nowych mediach.	K_WG03 K_WG06	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Projekt, Dyskusja, Zadania ćwiczeniowe
U1	Umie tworzyć multimedialny projekt reklamy natywnej wybranego produktu lub usługi.	K_UW01 K_UK07	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
U2	Umie działać jako członek, a także kierownik zespołu zajmującego się e-reklamą.	K_UO11	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
K1	Jest przygotowany do krytycznego odbioru przekazów reklamowych, zwłaszcza wykorzystujących mechanizmy reklamy natywnej.	K_KK01	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
K2	Jest przygotowany do wykorzystania swojej wiedzy i swoich umiejętności tworzenia reklamy natywnej w działalności mającej na celu rozwój środowiska społeczno-gospodarczo-kulturalnego.	K_KO03 K_KO04	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	

Literatura i pomoce naukowe
<p>Literatura podstawowa: Lieb R., Szymanski J., Content. Elementarna część marketingu, Znak Horyzont, Kraków 2018. Bakalarska-Stankiewicz J., Content marketing. Od strategii do efektów, One Press, Gliwice 2020.</p> <p>Literatura uzupełniająca: Peszko K., Wybory reklamodawców w świetle badań- wiodące i tracące na popularności nośniki reklamowe, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, nr 825. Chrańchol -Barczyk, U., Reklama natywna i jej implikacja dla konsumentów. Handel Wewnętrzny nr 4, s. 139-149. Barczyk -Sitkowska, A., Reklama nieetyczna – studium przypadku Reserved („Polish boy wanted”). Studia Medioznawcze nr 2, s. 147-159</p>

Pomoce naukowe:

Komputery z łączem internetowym, rzutnik multimedialny.

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS

Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]		
	Inne godz. kontaktowe (IGK)	Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta (ZBN)	Zajęcia dydaktyczne
Udział w zajęciach warsztatowych	-	-	20
Udział w konsultacjach	5	-	-
Przygotowanie do zajęć warsztatowych, Przygotowanie do zaliczenia	-	25	-
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	5 [h]/ 0,2 ECTS	25[h]/ 1,0 ECTS	20 [h]/ 0,8 ECTS
Punkty ECTS za przedmiot	2 ECTS		

Informacje dodatkowe, uwagi

W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekle chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów.

Szczegółowe zasady i formy wsparcia studentów ze szczególnymi potrzebami: w tym z niepełnosprawnością, przewlekle chorych podczas zajęć, zaliczeń i egzaminów określono w: Regulaminie Studiów, Zasadach Studiowania, Procedurze dotyczącej zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekle chorych.