**karta przedmiotu**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Copywriting z elementami storytellingu |
| Rocznik studiów | 2021/2022 |
| Kolegium | Mediów i Komunikacji Społecznej |
| Kierunek studiów | Komunikacja cyfrowa |
| Poziom kształcenia | Studia pierwszego stopnia - licencjackie |
| Profil kształcenia | Praktyczny |
| Specjalność | Social media i content marketing w biznesie |
| Osoba odpowiedzialna | dr Kamil Łuczaj |

1. Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów)

|  |
| --- |
| Podstawy komunikacji marketingowej, Warsztat redagowania tekstów i webwriting, Digital marketing |

1. Efekty uczenia się i sposób realizacji zajęć
   1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z podstawami warsztatu pracy copywritera |
| C2 | Zapoznanie studentów z narzędziami stosowanymi w storytellingu biznesowym |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Opis przedmiotowych efektów uczenia się | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** | | |
| P\_U01 | posiada umiejętności tworzenia tekstów perswazyjnych, poprawnych pod względem językowym | K\_U01 |
| P\_U02 | ma umiejętność świadomego doboru formy przekazu do konkretnej tematyki i celu komunikowania | K\_U03 |
| P\_U03 | potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, ze szczególnym uwzględnieniem copywritingu i storyellingu | K\_U08 |
| P\_U04 | potrafi zrealizować projekt z zakresu copywritingu, dostosowany do potrzeb klienta i poprawny pod względem językowym | K\_U11 |

* 1. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia stacjonarne (ST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| - | - | 18 | - | - | 14 | - | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia niestacjonarne (NST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| - | - | 12 | - | - | 10 | - | 3 |

* 1. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

|  |  |
| --- | --- |
| Formy zajęć | Metoda realizacji |
| Ćwiczenia | Studium przypadku, dyskusja problemowa |
| Projekt | Studium przypadku |

* 1. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

Ćwiczenia

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach ćwiczeń |
| Ćw1 | Warsztat copywritera – przydatne terminy, strategie i narzędzia |
| Ćw2 | Copywriting kreatywny, SEO copywriting, webwriting, naming – specjalizacja w copywritingu |
| Ćw3 | Komunikacja B2B i B2C w copywritingu – konwencje gatunkowe |
| Ćw4 | Branding kulturowy – dlaczego poznanie odbiorcy ma kluczowe znaczenie? |
| Ćw5 | Podstawy storytellingu biznesowego |
| Ćw6 | Anatomia bajki a copywriting biznesowy: bohater, protagonista, mit założycielski, konflikt |
| Ćw7 | Rola emocji w storytellingu |
| Ćw8 | Humor w copywritingu – kiedy go stosować, a kiedy nie |
| Ćw9 | Intertekstualność i manipulowanie chronologią – wybrane strategie copywritingu kreatywnego |
| Ćw10 | SEO copywriting – podstawowe narzędzia i standardy |

Projekt

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach projektu |
| P1 | Interpretacja briefu klienckiego |
| P2 | Wyszukiwanie informacji i tworzenie angażującego tekstu |
| P3 | Prezentowanie projektu – tworzenie materiałów i ćwiczenie wystąpienia publicznego |

* 1. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Cele przedmiotu | Treści kształcenia |
| P\_U01 | C1 | Ćw 1-10 |
| P\_U02 | C1, C2 | Ćw 3-5 |
| P\_U03 | C1, C2 | P1-P3 |
| P\_U04 | C1 | Ćw 1-2, Ćw 6-10 |

* 1. Metody weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Metoda oceny | Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu |
| P\_U01 | Kolokwium, projekt grupowy | Ćwiczenia, Projekt |
| P\_U02 | Kolokwium, projekt grupowy | Ćwiczenia, Projekt |
| P\_U03 | Kolokwium, projekt grupowy | Ćwiczenia, Projekt |
| P\_U04 | Kolokwium, projekt grupowy | Ćwiczenia, Projekt |

* 1. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Na ocenę 2  student nie potrafi | Na ocenę 3  student potrafi | Na ocenę 4  student potrafi | Na ocenę 5  student potrafi |
| P\_U01 | posiada umiejętności tworzenia tekstów perswazyjnych, poprawnych pod względem językowym | posiada umiejętności tworzenia tekstów perswazyjnych, poprawnych pod względem językowym z wydatną pomocą prowadzącego | posiada umiejętności tworzenia tekstów perswazyjnych, poprawnych pod względem językowym z niewielką pomocą prowadzącego | posiada umiejętności samodzielnego tworzenia tekstów perswazyjnych, poprawnych pod względem językowym |
| P\_U02 | świadomie dobrać formy przekazu do konkretnej tematyki i celu komunikowania | świadomie dobrać formy przekazu do konkretnej tematyki i celu komunikowania w 50% zadań | świadomie dobrać formy przekazu do konkretnej tematyki i celu komunikowania w 70% zadań | świadomie dobrać formy przekazu do konkretnej tematyki i celu komunikowania w 90% zadań |
| P\_U03 | potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacjię z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, ze szczególnym uwzględnieniem copywritingu i storyellingu | potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, ze szczególnym copywritingu i storyellingu w 50% zadań | potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, ze szczególnym copywritingu i storyellingu w 70% zadań | potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł i sposobów, ze szczególnym copywritingu i storyellingu w 90% zadań |
| P\_U04 | potrafi zrealizować projektu z zakresu copywritingu, dostosowanego do potrzeb klienta i poprawnego pod względem językowym | potrafi zrealizować projekt z zakresu copywritingu, dostosowany do potrzeb klienta i poprawny pod względem językowym z wydatną pomocą prowadzącego | potrafi zrealizować projekt z zakresu copywritingu, dostosowany do potrzeb klienta i poprawny pod względem językowym z niewielką pomocą prowadzącego | potrafi samodzielnie zrealizować projekt z zakresu copywritingu, dostosowany do potrzeb klienta i poprawny pod względem językowym |

* 1. Literatura

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| Narratologia / Paweł Tkaczyk. - Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN 2017 |
| Storytelling : narracja w reklamie i biznesie / Klaus Fog [et al.] ; przeł. Jacek Wasilewski i Bartłomiej Brach. - Warszawa : Saatchi & Saatchi 2011. |
| Język na sprzedaż / Jerzy Bralczyk. - Wyd. 2. - Gdańsk : Gdańskie Wydaw. Psychologiczne, 2004. |
| Piękny styl / Steven Pinker. – Sopot, 2016. |

|  |
| --- |
| Literatura uzupełniająca |
| Slogany w reklamie i polityce / Marek Kochan. - Wyd. 2. - Warszawa : Wydawnictwo Trio, 2005. |
| Spoty, plakaty i slogany : jak tworzyć lubiane reklamy / Luke Sullivan ; [tł. Katarzyna Marcinkowska et al.]. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2007. |
| Cultural Strategy: Using Innovative Ideologies to Build Breakthrough Brands / Holt Douglas, Cameron Douglas. - Oxford 2010. |

1. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rodzaje aktywności** | **Obciążenie studenta** | |
| **studia ST** | **studia NST** |
| Udział w C (UB) | 18h | 12h |
| Konsultacje do C (UB) | 2h | 1h |
| Samodzielne przygotowanie się do C, w tym przygotowanie do zaliczenia | 25h | 32h |
| Udział w i konsultacje do PS (UB) | 14h | 10h |
| Samodzielne przygotowanie się do zaliczenia PS | 21h | 25h |
| **Sumaryczne obciążenie pracą studenta** | **80h** | **80h** |
| **Punkty ECTS za przedmiot** | **3 ECTS** | **3 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)** | **1 ECTS** | **1 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)** | **3 ECTS** | **3 ECTS** |