

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)

**Komunikat perswazyjny w reklamie**

Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Collegium Humanum Szkoła Główna Menedżerska w Warszawie
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Psychologia -Jednolite studia magisterskie
Liczba punktów ECTS	5
Język przedmiotu- polski, angielski, inny	polski
Profil kształcenia:	PRAKTYCZNY
Nazwa specjalności:	Psychologia reklamy i mediów
Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	Podstawowy / kierunkowy/ <u>specjalnościowy</u> /obowiązkowy/ fakultatywny
Rok / Semestr:	5/9
Osoba koordynująca przedmiot:	
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Posiada wiedzę z zakresu psychologii społecznej, psychologii zachowań konsumenckich.

II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN

	Wykład	Ćwiczenia/ konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Praktyki	Egzamin / zaliczenie	Konsultacje	Suma godzin	Ogółem ECTS
Studia stacjonarne	20	30						2	6	58	2,3
Studia niestacjonarne	10	20						2	6	38	1,5

III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH

Formy zajęć	Metody dydaktyczne -właściwe podkreślić
<u>Konwersatorium</u>	<p><b><u>Wykład podający (z prezentacją multimedialną)</u></b>                      Wykład problemowy                      Wykład konwersatoryjny  <b><u>Dyskusja dydaktyczna</u></b>                      Ćwiczenia praktyczne pod kierunkiem  <b><u>Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi informatycznych</u></b>  <b><u>Metoda przypadków</u></b>                      Metoda sytuacyjna                      Metoda inscenizacji                      Metoda projektów                      Gry dydaktyczne (symulacyjne, decyzyjne, psychologiczne)                      Demonstracja/ pokaz  <b><u>Analiza źródeł</u></b>  <b><u>Praca w grupie</u></b>                      Debata                      Inne</p>

IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ

Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKU

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektu kierunkowego symbol
<b>Wiedza:</b>		
P_W01	Posiada pogłębioną wiedzę z zakresu psychologii społecznej. Zna związek psychologii społecznej z innymi naukami społecznymi. Ma wiedzę o zjawiskach związanych ze społecznym działaniem człowieka jako jednostki oraz funkcjonowaniem różnych struktur społecznych. Zna teorie i ma wiedzę o praktycznych zastosowaniach wyników badań psychologii społecznej.	K_W10
P_W02	Posiada wiedzę o charakterze pogłębionym z zakresu psychologii emocji i motywacji. Zna teorie emocji i motywacji oraz biologiczne, psychologiczne, społeczne i kulturowe uwarunkowania emocji i ekspresji emocjonalnej. Rozumie związek emocji i motywacji z procesami poznawczymi i zachowaniem oraz zna praktyczne zastosowanie tej wiedzy.	K_W16
P_W03	Posiada wiedzę w pogłębionym stopniu z zakresu psychologii pracy, przedsiębiorczości i zarządzania. Zna zastosowania wiedzy psychologicznej w organizacjach i instytucjach.	K_W19
<b>Umiejętności:</b>		
P_U01	Ma umiejętność prowadzenia debaty, dyskusji i przygotowywania wystąpień ustnych z wykorzystaniem argumentów merytorycznych opartych na badaniach i teoriach psychologicznych. Potrafi przedstawiać własne i cudze poglądy naukowe, wątpliwości i pomysły w oparciu o różne perspektywy teoretyczne i dokonywać podsumowań aktualnego stanu wiedzy na dany temat.	K_U10
P_U02	Potrafi interpretować zachowania w kategoriach społecznych oraz wykorzystać wiedzę z różnych działów psychologii do interpretacji zjawisk społecznych i kulturowych. Potrafi proponować rozwiązania problemów z wykorzystaniem wiedzy psychologicznej, prognozować przebieg ich rozwiązywania i przewidywać skutki planowanych działań.	K_U16
P_U03	Ma rozwinięte umiejętności interpersonalne. Potrafi nawiązywać kontakt z osobami w różnych kontekstach społecznych, stosując język dostosowany do rozmówcy.	K_U19
<b>Kompetencje społeczne:</b>		
P_K01	Jest gotów do w działalności zawodowej do uwzględniania jej etycznych i moralnych aspektów. stosując się do zasad współpracy w środowisku zawodowym.	K_K02
P_K02	Prezentuje postawę świadomości własnych predyspozycji i sposobu funkcjonowania psychicznego oraz wpływu swoich działań na różne środowiska społeczne. Jest gotów w tej aktywności do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	K_K05
<b>V. TREŚCI KSZTAŁCENIA</b>		
Lp.	<u>Wykład i ćwiczenia</u>	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
T1	Pojęcie perswazji Perswazja a argumentacja i manipulacja	P_W01 P_W02
T2	Perswazja jako proces, proste akty perswazyjne	P_W03
T3	Psychologiczne koncepcje perswazji: klasyczne i nowoczesne koncepcje perswazji.	P_U01 P_U02
T4	Językowe strategie nadawcy komunikatu perswazyjnego	P_U03
T5	Warunki skuteczności perswazji w wymiarze poznawczym, emocjonalnym.	P_K01
T6	Istota i zastosowanie perswazji.	P_K02

T7	Komunikat perswazyjny w reklamie i sposób jego przekazania	
T8	Przykłady perswazji, case study Badania naukowe dotyczące perswazji	

#### VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

<b>Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU</b>	<b>Metoda weryfikacji –WŁAŚCIWE WYBRAĆ</b> Egzamin pisemny, egzamin ustny ,kolokwium, projekt, prezentacja, referat, esej inne	<b>Kategoria weryfikowanych efektów uczenia się :</b> wiedza, umiejętności ,kompetencje społeczne <b>WŁAŚCIWE WYBRAĆ</b>
--	---	--

Konwersatorium	Projekt komunikacji perswazyjnej przygotowany według wytycznych prowadzącego i zaprezentowany podczas zajęć, udział w dyskusji	Wiedza, Umiejętności, Kompetencje społeczne
----------------	--	---

#### WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU wskazać właściwe

Zaliczenie przedmiotu na podstawie pozytywnej oceny z przygotowanego projektu oraz aktywności studenta na zajęciach.

#### VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

Niedostateczny (2,0)	Dostateczny (3,0)	Dostateczny plus (3,5)	Dobry (4,0)	Dobry plus (4,5)	Bardzo dobry (5,0)
Poniżej 60%	60,0%-69,99%	70%-74,99%	75%-84,99%	85%-89,99%	90,0%-100%

#### VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
1.Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – <b>SUMA godzin</b> – z punktu II	58	38
W tym		
1.1..Udział w zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego i studentów	50	30
1.2..Egzaminy/zaliczenia -liczba godzin	2	2
1.3..Udział w konsultacjach -liczba godzin	6	6
2.– Indywidualna praca własna studenta - liczba godzin – Projekt / esej / studium przypadku / zadanie praktyczne ,samodzielne przygotowanie się do zajęć ,egzaminów, zaliczeń	67	87
<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin i ECTS</b>	<b>125 h = 5 ECTS</b>	<b>125 h = 5 ECTS</b>

#### IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

##### Literatura podstawowa przedmiotu:

Łatkowski, M., Gorbaniuk, O., Fortuna, P. (2007). Wpływ instrukcji wyobrazeniowej i narracyjnej formy komunikatu na skuteczność reklamy prasowej. W: P. Francuz (red.). Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią (s. 271-290). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

Fortuna, P. (2007). Zmiana przekonań w wyimaginowanym świecie. Rola wyobraźni w perswazji narracyjnej. W: P. Francuz

(red.). Obrazy w umyśle. Studia nad percepcją i wyobraźnią (s. 249-270). Warszawa: Wydawnictwo Naukowe SCHOLAR.

Aronson, E.; Pratkanis, A. (2003) *Wiek propagandy*. PWN

Tokarz, M. (2010). *Argumentacja, perswazja, manipulacja: Wykłady z teorii komunikacji*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne GWP.

**Literatura uzupełniająca przedmiotu:**

McKay M., Davis M., Fanning P., (2001). *Sztuka skutecznego porozumiewania się*. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk

**Inne materiały dydaktyczne:**