Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Webwriting |
| Nazwa w j. ang. | Webwriting |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | Dr hab. prof. UP Władysław Marek Kolasa | Zespół dydaktyczny |
| Dr hab. prof. UP Władysław Marek KolasaDr hab. prof. UP Renata Frączek |
| Punktacja ECTS\* | 5 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy z teorią i praktyką webwritingu oraz copywritingu. W toku zajęć studenci poznają terminologię, metody i techniki stosowane w praktyce webwritera i copywritera oraz nabywają praktyczne umiejętności w tytułowym zakresie. Teoretyczne aspekty tworzenia tekstów obejmuje wykład, który jest skoncentrowany na genologii i retoryce, zaś praktyczne – praca konwersatoryjna. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza |  |
| Umiejętności |  |
| Kursy | Ukończony pierwszy roku studiów lub warunkowy wpis na rok drugi. |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Student opanował teorie i metody tworzenia przekazów medialnych na potrzeby prezentacji w sieci www. Zna podstawy retoryki i genologii dziennikarskiej. | K\_W05 |
| W02. Student orientuje się w aktualnych trendach w zakresie prezentacji informacji na stronach www, blogach i sieciach społecznościowych. | K\_W04 |
|  |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Student potrafi tworzyć proste komunikaty reklamowe. Zna główne zasady copywritingu. | K\_U03 |
| U02. Student posiada umiejętności w zakresie tworzenia przekazów informacyjnych. Zna i potrafi stosować zasady webwritingu. Potrafi zidentyfikować tendencje w tym zakresie. | K\_U04 |
| U03. Student potrafi tworzyć poprawnie argumentować przekazy informacyjne. Potrafi uzasadniać przedstawione tezy i odwoływać się do źródeł. Student potrafi redagować wypowiedzi skierowane do określonych grup użytkowników. Zna społeczny kontekst komunikowa | K\_U03 , K\_U04 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Student jest przygotowany do aktywnego uczestniczenia w inicjatywach kulturalnych. Potrafi relacjonować te wydarzenia. | K\_K03 |
| K02. Student wykazuje otwartość wobec nowoczesnych technologii komunikacyjnych. Docenia rolę blogosfery i sieci społecznościowych. | K\_K02 |
| K03. Student potrafi krytycznie interpretować pozyskane informacje i tworzyć zobiektywizowane relacje. | K\_K04 |

|  |
| --- |
| Organizacja |
| Forma zajęć | Wykład(W) | Ćwiczenia w grupach |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin | 10 |  | 0 | 30 |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Do realizacji kursu zostaną wykorzystane następujące metody dydaktyczne: 1. wykład problemowy, 2. wykład konwersatoryjny, 3. rozmaite metody aktywizujące, w tym dyskusja dydaktyczna (związana z wykładem) oraz 4. metody praktyczne, w szczególności metoda projektu. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Praca laboratoryjna, Udział w dyskusji, Egzamin pisemny |
| W02 | Udział w dyskusji, Egzamin pisemny |
| W03 |  |
| U01 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Egzamin pisemny |
| U02 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Egzamin pisemny |
| U03 | Praca laboratoryjna, Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Egzamin pisemny |
| K01 | Udział w dyskusji |
| K02 | Udział w dyskusji |
| K03 | Udział w dyskusji |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Egzamin |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Na zajęciach ocenie podlega:• Aktywny udział w zajęciach: 0-30 pkt• Trzy indywidualne prace zaliczeniowe oraz jedna praca egzaminacyjna: 0-70 pkt Wymagania merytoryczne, punktacja projektów i szczegóły techniczne nt. pracy zal. Zostaną uzgodnione w trakcie ćwiczeń, a następnie opublikowane na kanale MS Teams.Obowiązuje następująca skala ocen (1-100 pkt.): 50-60 pkt. – ocena dst• 61-70 pkt. – ocena plus dst• 71-80 pkt. – ocena db• 81-90 pkt. – ocena plus+ db• 91-100 pkt. – ocena bdbTermin wykonania pracy (2 tygodnie przed ostatnim spotkaniem). |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**Wprowadzenie do retoryki i genologii dziennikarskiej 2. Elementy retoryki dziennikarskiej (cz. 1-2)4. Elementy genologii dziennikarskiej (cz. 1-3)5. Tekst reklamowy |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**1. Główne zasady webwritingu2. Badania eyetrackingowe3. Wybrane techniki webwritingu (tytuł, lead)4. Wybrane techniki webwritingu (tekst główny)5. Wyróżnienia typograficzne i strukturalne6. Taksonomie w webwritingu7. Multimedia (grafika, wideo, obiekty)8. SEO Webwriting9. Wprowadzanie do copywritingu. Model AIDA10. Wybrane techniki copywritingu11. Techniki perswazji w copy- i webwritingu 12. Webwriting blogowy13. Techniczne aspekty webwritingu14. Webwriting w mediach społecznościowych15. Audyt pracy egzaminacyjnej |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| 1. W. Pisarek: Nowa retoryka dziennikarska. Kraków 20112. Internetowe gatunki dziennikarskie. Red. K. Wolny-Zmorzyński, W. Furman. Warszawa 20103. W. Furman, A. Kaliszewski, K. Wolny-Zmorzyński, Gatunki dziennikarskie: teoria, praktyka, język, Warszawa 20064. Dziennikarstwo i świat mediów. Wyd. 4. Red. Z. Bauer, E. Chudziński. Kraków 20085. L. Olszański: Media i dziennikarstwo internetowe. Warszawa 20126. J. Wrycza-Bekier: Webwriting : profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu. Wyd. 3 poszerz. – Gliwice Helion, 20137. A. Dejnaka [i in.]: E-marketing, [w:] Biblia e-biznesu. Gliwice 2013, s. 187-3728. M. Dutko: Copywriting internetowy, Wydawnictwo Naukowe PWN, 20109. M. Wojtak, Gatunki prasowe, Lublin 200410. M. Wojtak, Analiza gatunków prasowych. Lublin 2008 11. J. Fras: Dziennikarski warsztat językowy. Wyd. 2. Wrocław 2005 |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| 1. Słownik wiedzy o mediach. Wyd. 2. Red. E. Chudziński. Warszawa 20092. P. R. Michalak, J. Woźniak: Sztuka pisania perswazyjnych tekstów. Gliwice 20083. K. Wolny-Zmorzyński: Fotograficzne gatunki dziennikarski. Warszawa 20074. I. Loewe, Gatunki paratekstowe w komunikacji medialnej, Katowice 20075. J. Wrycza-Bekier: Poradnik pisania [blog] - http://poradnikpisania.pl6. Copywriterzy.com [blog]: http://copywriterzy.com/ 7. Copywriting [FAQ]: http://www.dynanet.pl/copywriting/faq/ |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 10 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 30 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 20 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 10 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 20 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 20 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 40 |
| Ogółem bilans czasu pracy | 150 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | 5 |