

**Karta przedmiotu**

Nazwa i kod przedmiotu	Copywriting - SEO (Ćw. audytoryjne), PG_00145358						
Kierunek studiów	Sztuka kreatywnego pisania (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			3.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Polskiej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Mariusz Kraska				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		2.0		43.0	75
Cel przedmiotu	Celem zajęć jest przygotowanie studentów do wykonywania zawodu copywritera z uwzględnieniem optymalizacji treści publikowanych w internecie ( ang. Search Engine Optimization). Uczestnicy kursu zapoznają się ze specyfiką przygotowywania tekstów internetowych wraz z ich dostosowaniem do wymogów wyszukiwarek i reguł pozycjonowania.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[SKPL3_K09] Jest gotów do definiowania priorytetów służących realizacji zadań zawodowych w kontekście kulturowym i społecznym, posiłkując się m.in. wiedzą z zakresu literaturoznawstwa	jest gotów do definiowania priorytetów służących realizacji zadań zawodowych w kontekście kulturowym i społecznym, szczególnie w wymiarze autorskich działań marketingowych i copywriterskich w obszarze Internetu i mediów społecznościowych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SKPL3_K01] Jest gotów do oceny posiadanej wiedzy i umiejętności twórczych oraz wartości własnych tekstów artystycznych, krytycznych i użytkowych, posiłkując się m.in. ustaleniami współczesnego literaturoznawstwa.	jest gotów do oceny posiadanej wiedzy i umiejętności twórczych oraz wartości własnych tekstów krytycznych i użytkowych, szczególnie - publikacji marketingowych w internecie i mediach społecznościowych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SKPL3_U07] Potrafi zredagować tekst artystyczny, krytyczny i użytkowy zgodnie z formami gatunkowymi rozpoznanymi przez literaturoznawstwo oraz przygotować go do publikacji w mediach tradycyjnych i elektronicznych, z zachowaniem wszelkich norm poprawnościowych określonych przez współczesne językoznawstwo.	potrafi zredagować tekst krytyczny i użytkowy (w szczególności o charakterze marketingowym) oraz przygotować go do publikacji w nowych mediach, ze szczególnym uwzględnieniem Internetu i najważniejszych mediów społecznościowych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SKPL3_W10] Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym najważniejsze mechanizmy rządzące socjologią i ekonomią życia kulturalnego, w szczególności życia literackiego (tak jak postrzegane są w dyskursie literaturoznawczym), w tym elementarne zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanych z kierunkiem studiów.	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym najważniejsze mechanizmy rządzące socjologią i ekonomią życia kulturalnego w sieci internetowej, w szczególności zagadnienia marketingu literackiego i kulturalnego w Internecie i mediach społecznościowych, oraz ich rolę w rozwijaniu form przedsiębiorczości związanych z kierunkiem studiów	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SKPL3_K02] Jest gotów do konfrontowania i weryfikowania oceny własnych i innych prac artystycznych, krytycznych i użytkowych w oparciu o merytoryczne opinie specjalistów, w tym z zakresu literaturoznawstwa.	jest gotów do konfrontowania i weryfikowania oceny własnych i innych prac krytycznych i użytkowych (ze szczególnym uwzględnieniem wypowiedzi reklamowych i marketingowych w nowych mediach) w oparciu o merytoryczne opinie specjalistów	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SK5] realizacja zadania problemowego
	[SKPL3_W06] Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym ważne, rozpoznane w obszarze literaturoznawstwa, formy, gatunki, konwencje językowe i postawy artystyczne współczesnej kultury literackiej oraz ich znaczenie dla samodzielnego udziału w życiu literackim i kulturalnym, w tym dla tworzenia tekstów, udziału w debacie publicznej z zachowaniem reguł komunikacyjnych określanych w ramach współczesnego językoznawstwa, w działalności organizacyjnej i przedsiębiorczości.	zna i rozumie w stopniu zaawansowanym formy, gatunki, konwencje językowe związane z działalnością copywriterską w marketingu literackim, reklamie i PR w sieci internetowej, szczególnie w rozmaitych mediach społecznościowych oraz ich znaczenie dla tworzenia tekstów promocyjnych, udziału w debacie publicznej, działalności organizacyjnej i biznesowej	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	<p>Tworzenie treści na strony WWW.</p> <p>Specyfika e-writingu / webwritingu.</p> <p>Określanie słów kluczowych oraz atrybutów.</p> <p>Rodzaje płatnych kampanii reklamowych.</p> <p>Optymalizacja treści pod kątem SEO.</p> <p>Rodzaje tekstu ze względu na grupę docelową odbiorców / kanał dystrybucji / rodzaj produktu.</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność	51.0%	30.0%
	praca pisemna	51.0%	70.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Andrzejczyk A., SEO marketing: bądź widoczny w Internecie, Gliwice 2022.</p> <p>Bailyn E., SEO dla każdego: obowiązkowa dawka wiedzy o SEO!, przeł. B. Sałbut, Gliwice 2014.</p> <p>Cengiel P., SEO jako element strategii marketingowej twojej firmy, Gliwice 2020.</p> <p>Dutko M., Copywriting internetowy, Warszawa 2010.</p> <p>Szczepaniak E., Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć treści, które podbiją Internet, Gliwice 2019.</p> <p>Wrycza-Bekier J., Jak zapowiadać wydarzenia kulturalne w Internecie, by przyciągnąć i zaangażować odbiorców: webwriting w kulturze, Warszawa 2016.</p> <p>Wrycza-Bekier J., Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu, Gliwice 2013</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	Brak	
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Przygotowanie tekstu marketingowego na stronę www</p> <p>Przygotowanie treści ukierunkowanej na wysokie pozycjonowanie w internetowych wyszukiwarkach</p>		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.