

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                           |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
|------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|-----------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Marketing i reklama książki (Konwersatorium), PG_00141481                                                                 |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Filologia polska (O)                                                                                                      |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.                                                                                                       | Rok akademicki realizacji przedmiotu                      |           |                        | 2026/2027                                                                                                                                              |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                  | Grupa zajęć                                               |           |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                               | Sposób realizacji                                         |           |                        | na uczelni                                                                                                                                             |                       |       |
| Rok studiów                              | 2                                                                                                                         | Język wykładowy                                           |           |                        | polski                                                                                                                                                 |                       |       |
| Semestr studiów                          | 3                                                                                                                         | Liczba punktów ECTS                                       |           |                        | 2.0                                                                                                                                                    |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                          | Forma zaliczenia                                          |           |                        | zaliczenie                                                                                                                                             |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Polskiej -> Zakład Polonistyki Stosowanej                            |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                               | dr hab. Maja Wojciechowska                                |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                           |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                               | Wykład                                                    | Ćwiczenia | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                       | 30.0                                                      | 0.0       | 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                    |                                                                                                                                                        | 18.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem zajęć jest przedstawienie studentom problematyki ekonomiki wydawnictw oraz działań marketingowych na rynku książki. |                                                           |           |                        |                                                                                                                                                        |                       |       |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                              |
|---------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekty uczenia się przedmiotu                                 | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                                                            |
|                                                               | [FPL3_W12] Ma rozszerzoną wiedzę literaturoznawczą i językoznawczą z zakresu wybranej specjalności, pozwalającą na rozumienie zjawisk współczesnej kultury i etyczne działanie w ramach wybranej specjalności.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Student: potrafi określić, na czym polegają działania marketingowe w wydawnictwie, ma uporządkowaną podstawową wiedzę w zakresie narzędzi działań marketingowych oraz ekonomiki wydawniczej.                                                                                                                                                                                                                                                                     | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                                                                |
|                                                               | [FPL3_U08] Potrafi planować i organizować pracę w zespole oraz wykorzystać różne metody i formy pracy w metodologii literaturoznawczej i językoznawczej związane z wybraną specjalnością.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Student: potrafi dokonać segmentacji rynku księgarsko-wydawniczego, na potrzeby reklamy wydawniczej, posiada umiejętność prowadzenia podstawowych badań marketingowych wśród realnych i potencjalnych grup czytelniczych, umie zaprojektować prostą akcję promującą wybraną pozycję wydawniczą.                                                                                                                                                                  | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU5] realizacja zadania problemowego<br>[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                                                               | [FPL3_K03] Rzetelnie, z zaangażowaniem realizuje zadania zawodowe zgodnie z właściwym danej profesji kodeksem etycznym.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Student: zna zakres posiadanej przez siebie wiedzy dotyczącej sposobów ekonomicznej oraz organizacji wydawnictwa marketingu książki, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się i rozwoju zawodowego, ma świadomość wagi działań marketingowych i ich wpływu na komunikację między wydawcą a czytelnikiem, rozumie problematykę etyczną związaną z odpowiedzialnością za trafność i rzetelność przekazywanej potencjalnym czytelnikom informacji marketingowej. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
| Treści przedmiotu                                             | Wstęp do ekonomiki wydawniczej. Marketing wydawnictw. Reklama książki: historia reklamy książki, współczesne formy reklamy książki, reklama literatury pięknej, reklama książki naukowej, reklama wydawnictw kobiecych (czasopisma, poradniki, literatura romansowa), reklama książki dziecięcej (podręczniki, literatura piękna i rozrywkowa, czasopisma dziecięco-młodzieżowe), reklama książki artystycznej, komiksów, mang. Reklama książki w Internecie i dystrybucja książki elektronicznej. Wpływ reklamy książki na czytelnictwo Polaków. Targi książki. |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                              |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                              |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Składowa oceny końcowej                                                                                                                                                                      |
|                                                               | aktywność                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 50.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 20.0%                                                                                                                                                                                        |
|                                                               | projekt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 50.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 80.0%                                                                                                                                                                                        |

|                                                                         |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zalecana lista lektur                                                   | Podstawowa lista lektur    | <p><b>Każdorazowo na początku semestru prowadzący ustala zestaw lektur wymaganych do zaliczenia przedmiotu oraz niezbędny do przygotowanie projektu.</b></p> <p><b>Literatura wykorzystywana podczas zajęć:</b></p> <p>Baverstock Alison: Marketing w wydawnictwie. Kraków: BMR, 1997.</p> <p>Davies Gill: Nabywanie tytułów: organizacja i zarządzanie w redakcji. Kraków: BMR, 1997.</p> <p>Frołow Kuba: Jak wypromowano bestseller. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2006.</p> <p>Frołow Kuba: Public relations na rynku książki. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2007.</p> <p>Rynek książki w Polsce 2016. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2017.</p> <p>Świtała Marcin: Zachowania konsumentów i marketing na rynku książki. Warszawa: Biblioteka Analiz, 2003.</p> <p>Dawidowicz-Chymkowska Olga: Ruch wydawniczy w liczbach 2022. Książki. Warszawa 2023</p> <p>Kaleta Krzysztof: Międzynarodowe Targi Książki w Warszawie: historia i teraźniejszość. Warszawa 2005.</p> <p>Straus Grażyna, Wolff Katarzyna: Czytanie, kupowanie, wypożyczanie: społeczny zasięg książki w Polsce w 2004 r. Warszawa 2006.</p> <p>Wodniak Katarzyna: Współczesna prasa kobieca a sprawy książki. Warszawa 2004.</p> <p>Zając Michał: Promocja książki dziecięcej. Warszawa 2000.</p> |
|                                                                         | Uzupełniająca lista lektur | <p>Patrzalek Wanda: Elementy marketingu na rynku prasy. Wrocław: Wydaw. Uniwersytetu Wrocławskiego, 2001.</p> <p>Straus Grażyna, Wolff Katarzyna: Sienkiewicz, Mickiewicz, Biblia, harlequiny Warszawa 2002.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                         | Adresy eZasobów            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.