

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                          |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Copywriting (Ćw. audytoryjne), PG_00145337                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                          |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Sztuka kreatywnego pisania (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                          |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2026 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2027/2028                                                                                                                |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<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                  |                        | 3.0                                                                                                                      |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                                                               |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Rektor -> 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. Uczestnicy kursu zapoznają się ze specyfiką copywritingu oraz ćwiczą w przygotowywaniu różnorodnych formalnie tekstów, zwłaszcza handlowych, marketingowych i usługowych. Podstawowym celem pozostaje praktyczne przygotowanie studentów do tworzenia własnych treści i ich redagowania. |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                          |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Effekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Effekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                             |
|-------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [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 ważne formy, gatunki, konwencje językowe związane z działalnością copywriterską w marketingu literackim, reklamie i PR oraz ich znaczenie dla samodzielnego udziału w życiu literackim i kulturalnym, w tym dla tworzenia tekstów promocyjnych, udziału w debacie publicznej, działalności organizacyjnej i przedsiębiorczości | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[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 oparciu o merytoryczne opinie specjalistów                                                                                                                                              | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[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 mediach tradycyjnych                                                                                                                                                                                                                 | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SU5] realizacja zadania problemowego |
|                               | [SKPL3_K09] Jest gotów do definiowania priorytetów służących realizacji zadań zawodowych w kontekście kulturowym i społecznym, posiadając 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                                                                                                                                                                        | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SK5] realizacja zadania problemowego |
|                               | [SKPL3_K01] Jest gotów do oceny posiadanej wiedzy i umiejętności twórczych oraz wartości własnych tekstów artystycznych, krytycznych i użytkowych, posiadając się m.in. ustaleniami współczesnego literaturoznawstwa.                                                                                                                                                                                                                                                            | jest gotów do oceny posiadanej wiedzy i umiejętności twórczych oraz wartości własnych tekstów krytycznych i użytkowych, szczególnie - publikacji o charakterze marketingowym                                                                                                                                                                                         | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SK5] 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 szczególności marketingu literackiego i kulturalnego, oraz ich rolę w rozwijaniu form przedsiębiorczości związanych z kierunkiem studiów                                                                                                         | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SW5] realizacja zadania problemowego |

|                                                                   |                                                                               |                                                                                                         |                         |
|-------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|
| Treści przedmiotu                                                 | Stylistyka w reklamie.                                                        |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Zasady tworzenia tekstów reklamowych.                                         |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Zasady tworzenia tekstów handlowych.                                          |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Teksty reklamowe, sprzedażowe i wizerunkowe. Rodzaje tekstów copywriterskich. |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Małe formy copywritingu: hasła reklamowe, notki, komentarze, ulotki, blurby.  |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Elementy content writingu.                                                    |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Copywriting a problem tożsamości firmy, branding i rebrandingu.               |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Estetyka treści elementy edytorstwa.                                          |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Dostosowanie redakcji tekstu do formy dystrybucji.                            |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Storytelling.                                                                 |                                                                                                         |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     |                                                                               |                                                                                                         |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)                                                   | Próg zaliczeniowy                                                                                       | Składowa oceny końcowej |
|                                                                   | aktywny udział w zajęciach                                                    | 51.0%                                                                                                   | 30.0%                   |
|                                                                   | praca pisemna                                                                 | 51.0%                                                                                                   | 70.0%                   |
| Zalecana lista lektur                                             | Podstawowa lista lektur                                                       | Bralczyk J., Język na sprzedaż, Warszawa 2000.                                                          |                         |
|                                                                   |                                                                               | Jędrzejewska D., Niemczyk R., Samo sedno. Copywriting. Jak sprzedawać słowem, Warszawa 2013.            |                         |
|                                                                   |                                                                               | Puzyrkiewicz D., Biblia copywritingu: słowo daję, zyski rosną!, Gliwice 2019.                           |                         |
|                                                                   |                                                                               | Szczepaniak E., Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć treści, które podbiją Internet, Gliwice 2019. |                         |
|                                                                   |                                                                               | Wrycza-Bekier J., Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłum, Gliwice 2014.                         |                         |
|                                                                   | Uzupełniająca lista lektur                                                    | Brak                                                                                                    |                         |
|                                                                   | Adresy eZasobów                                                               |                                                                                                         |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | Przygotowanie sloganu reklamowego                                             |                                                                                                         |                         |
|                                                                   | Przygotowanie blurba                                                          |                                                                                                         |                         |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu                             | Nie dotyczy                                                                   |                                                                                                         |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.