

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Branding literacki (Ćw. audytoryjne), PG_00211211						
Kierunek studiów	Filologia polska (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych		
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 Teorii Literatury i Krytyki Artystycznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr hab. Artur Nowaczewski				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	15.0	0.0	0.0	0.0	0.0	15
	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	15		11.0		24.0	50
Cel przedmiotu	Poznanie reguł świadomego kreowania własnego wizerunku i marki przez twórców w życiu literackim i kulturalnym, reguł rządzących autopromocją.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[FPMU2_U08] Posiada umiejętności literackie, językoznawcze oraz kompetencję językową umożliwiającą podjęcie pracy związanej z wybraną specjalnością.	Student jest gotowy do aktywnego, samoświadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu literackim, kulturalnym i społecznym w różnych rolach wymagających kompetencji promocyjnych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[FPMU2_U02] Posiada językowe oraz literackie umiejętności wystarczające do przygotowania specjalistycznych prac pisemnych oraz wystąpień w języku polskim o różnej formie, celu, objętości i stylu, z wykorzystaniem właściwych dla przedmiotu badań metodologii oraz źródeł i nowych technologii.	Student potrafi świadomie kreować własny wizerunek komunikacyjny podczas wystąpień publicznych, w tekstach użytkowych i mediach społecznościowych.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[FPMU2_W01] Posiada pogłębioną wiedzę o powiązaniach literaturoznawstwa z innymi obszarami humanistyki oraz wybranymi obszarami nauk społecznych, w szczególności naukami o kulturze i religii, naukami o sztuce, filozofią, historią, psychologią, socjologią oraz jest świadom podstawowych problemów i możliwości badawczych wynikających z powiązania tych obszarów.	Student jest gotowy do aktywnego, samoświadomego i odpowiedzialnego uczestnictwa w życiu literackim, kulturalnym i społecznym w różnych rolach wymagających kompetencji z zakresu socjologii literatury oraz znajomości reguł działania rynku wydawniczego i współczesnych procesów kulturowych.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[FPMU2_W10] Ma pogłębioną wiedzę literaturoznawczą oraz językoznawczą z zakresu wybranej specjalności w kontekście przemian kulturowo-cywilizacyjnych.	Student zna i rozumie w stopniu zaawansowanym najważniejsze mechanizmy rządzące socjologią i ekonomią życia kulturalnego, w szczególności literackiego, w tym elementarne zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanych z promocją literatury.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[FPMU2_W08] Rozpoznaje w tekstach kultury odbicie dylematów współczesnej cywilizacji a także reguł ekonomicznych, prawnych i gospodarczych, rządzących współczesnym światem wpływających na rozwój różnych form przedsiębiorczości.	Student sposoby redakcji tekstu literackiego oraz tekstów promocyjnych związanych z rynkiem wydawniczym i życiem literackim.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[FPMU2_K01] W sposób odpowiedzialny wykorzystuje wiedzę literaturoznawczą przy podejmowaniu różnorodnych zadań i projektów zgodnie z regułami przedsiębiorczości..	Student jest gotów do konfrontowania i weryfikowania oceny prac artystycznych, krytycznych i użytkowych w oparciu o wymagania rynku.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
Treści przedmiotu	Współczesne życie literackie; literatura a marketing; marka osobista, w tym marka osobista pisarza; pole literackie w badaniach literaturoznawczych.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Pisemna praca zaliczeniowa	51.0%	50.0%
	Aktywny udział w zajęciach	51.0%	50.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Prowadzący ustala listę lektur na początku semestru. Antonik M., <i>Autor jako marka: literatura w kulturze audiowizualnej społeczeństwa informacyjnego</i>, Kraków 2014. Bourdieu, <i>Reguły sztuki. Geneza i struktura pola literackiego</i>, Kraków 2001. Czaplicka M., <i>Zarządzanie kryzysem w social media</i>, Gliwice 2016. Gałązkiewicz I., <i>Art branding</i>, Lublin 2016. Giza, <i>Kreowanie marek kultury: historia, współczesność, perspektywy</i>, Kraków 2022. Kaczor K., <i>Z getta do mainstreamu: polskie pole literackie fantasy (1982-2012)</i>, Kraków 2017. Kotarbiński J., <i>Marka 5.0: człowiek i technologie: jak tworzą nowe wartości</i>, Warszawa 2021. Lash S., Lury C., <i>Globalny przemysł kulturowy: medializacja rzeczy</i>, przeł. J. Marmurek, R. Mitoraj, Kraków 2011. Maryl M., <i>Kim jest pisarz w Internecie</i>, Teksty Drugie 2012, nr 6. Winiecka E., <i>Poszerzanie pola literackiego: studia o literackości w Internecie</i>, Kraków 2020
	Uzupełniająca lista lektur	Wedle uznania prowadzącego.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.