

KARTA PRZEDMIOTU

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Promocja książki w mediach
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Book promotion in the media
Kierunek studiów	edytorstwo
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	I
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	literaturoznawstwo
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Aneta Wójciszyn-Wasil
---	-----------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	Semestr	Punkty ECTS
wykład			3
konwersatorium	30	V	
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	Brak
-------------------	------

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C.1 - Zapoznanie z podstawowymi zasadami promocji książki w mediach

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Ma podstawową wiedzę o funkcjonowaniu mediów oraz zasadach współpracy z mediami w zakresie promocji książki	K_W10
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Jest gotów do przygotowania promocji książki za pośrednictwem różnorodnych mediów	K_S06

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

1. Klasyfikacja i specyfika współczesnych mediów
2. Formy prezentacji książki w mediach, m.in.: audycje o kulturze i literaturze, książka , słuchowisko, reportaż, programy telewizyjne, informacje prasowe
3. Profesjonalizm w kontaktach z dziennikarzami (podstawy media relations)
4. Wydarzenie medialne jako forma wzmocnienia zainteresowania książką
5. Patronat medialny i inne formy współpracy instytucjonalnej
6. Skuteczna komunikacja w mediach

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne <i>(lista wyboru)</i>	Metody weryfikacji <i>(lista wyboru)</i>	Sposoby dokumentacji <i>(lista wyboru)</i>
WIEDZA			
W_01	wykład konwersatoryjny metoda projektowa	autorski projekt zaliczeniowy	karta oceny projektu
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	dyskusja	obserwacja podczas zajęć	karta oceny pracy grupy

VI. Kryteria oceny, wagi

- Autorski projekt zaliczeniowy: 70%
 (przedstawiany na trzech etapach pracy: 20% + 20% + 30%)
 Merytoryczny udział w dyskusji podczas zajęć: 20%
 Terminowość wykonywanych zadań: 10%

Czas na uzupełnienie nieprzedstawionej w terminie pracy etapowej: 1 tydzień.

Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	60

VII. Literatura

Literatura podstawowa
<p>W. Jabłoński, Kreowanie informacji. Media relations, Warszawa 2006.</p> <p>A. Łaszyn, Media i Ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami, Warszawa 2015.</p> <p>A. Miotk, Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągnij zamierzone efekty, Warszawa 2017.</p> <p>A. Boyd, P. Stewart, A. Ray, Dziennikarstwo radiowo-telewizyjne. Techniki tworzenia programów informacyjnych, Kraków 2012.</p> <p>A. Ślifirska, Medialne lwy dla rekinków biznesu. Sztuka świadomego wykorzystania mediów, Warszawa 2014.</p> <p>Bieżące materiały medialne</p>
Literatura uzupełniająca
<p>M. Zajac, Promocja książki dziecięcej, Warszawa 2000.</p> <p>A. Wójciszyn-Wasil, O literaturze w radiu. Specjalistyczna wiedza w masowym medium, [w:] Poezja i egzystencja: księga jubileuszowa ku czci Profesora Józefa F. Ferta, red. W. Kruszewski, D. Pachocki, Lublin: Wydawnictwo KUL 2015.</p> <p>Materiały z konferencji "Książka w mediach – Media w książce. Korespondencje i transpozycje" Lublin 12-13.10.2017 [w:] "Folia Bibliologica" 2017 vol. LIX, s. 17-198.</p> <p>J. Wyrzyca-Bekier, Fast tekst. Jak pisać krótkie teksty, które błyskawicznie przyciągną uwagę, Gliwice 2016.</p> <p>Projekt książki: Promocja. Rozmowa z Agnieszką Łasek http://www.dwutygodnik.com/cykl/10-projekt-ksiazka.html</p> <p>Jak sprzedać jeden z najtrudniejszych towarów świata? Wywiad z Radkiem Kotarskim https://sprawnymarketing.pl/wywiad-radek-kotarski/</p>