

Copywriting - course description

General information	
Course name	Copywriting
Course ID	15.1--DiksP-CW-S22
Faculty	Faculty of Humanities
Field of study	Journalism and social communication
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2022/2023

Course information	
Semester	5
ECTS credits to win	2
Course type	obligatory
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Piotr Kładoczny

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Laboratory	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

Wiedza

1. Zapoznanie się z wybranymi terminami związanymi z copywritingiem internetowym,
2. Zapoznanie się celami i funkcjami przekazów internetowych oraz środkami służącymi do jej wyrażania.

Umiejętności

1. Interpretowanie komunikatów internetowych i analizowanie ich pod kątem copywritingu,
2. Umiejętność tworzenia wartościowych i kreatywnych tekstów internetowych.

Kompetencja

1. Odnalezienie się na współczesnym rynku pracy.

Prerequisites

Zaliczenie z przedmiotów: media społecznościowe, język w internecie, komunikacja w Internecie.

Scope

1. PODSTAWY PRACY COPYWRITERA

- Estetyka treści.
- Poprawność językowa.
- Relacja słowo – obraz w przekazach internetowych.
- Ćwiczenia na kreatywność.

2. WEB COPYWRITING

- Specyfika tworzenia treści na strony WWW.
- Specyfika tworzenia treści w social media.
- Omówienie typów narracji na stronie internetowej.
- Ćwiczenia na kreatywność - praca indywidualna.

3. SEO i CONTENT COPYWRITING

- Optymalizacja treści pod kątem SEO.
- Tworzenie artykułów na zamówienie.
- Projektowanie treści UI i UX - praca w grupach.

Teaching methods

Opis wyjaśniający, dyskusja, prezentacja, analiza przypadku, ćwiczenia kreatywne, analiz tekstów, burza mózgów.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
---------------------	-----------------	-------------------------	----------------

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student zna w sposób zaawansowany wpływ czynników społeczno-rynkowych na przekaz internetowy.	• KF1_W08	• a discussion • activity during the classes • praca zaliczeniowa indywidualna • praca zaliczeniowa w grupach	• Laboratory
Student zna wybrane pojęcia, zjawiska i mechanizmy z zakresu copywritingu.	• KF1_W15	• a discussion • activity during the classes • praca zaliczeniowa indywidualna • praca zaliczeniowa w grupach	• Laboratory
Student potrafi sprawnie używać języka polskiego, by redagować zoptymalizowany kontent strony internetowej.	• UD1_U07	• activity during the classes • praca zaliczeniowa indywidualna • praca zaliczeniowa w grupach	• Laboratory
Student tworzy treści zgodne z zasadami UI/UX oraz SEO.	• UD1_U14	• activity during the classes • praca zaliczeniowa indywidualna • praca zaliczeniowa w grupach	• Laboratory
Student jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy z zakresu copywritingu w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych związanych z działalnością dziennikarza internetowego.	• KF1_K02	• a discussion • activity during the classes • praca zaliczeniowa indywidualna • praca zaliczeniowa w grupach	• Laboratory

Assignment conditions

- Praca zaliczeniowa indywidualna – przekształcenie wybranej narracji ze strony internetowej (z podanego zakresu) w formę kreatywną (storytelling) – z prezentacją na zajęciach.
- Praca zaliczeniowa w grupach – audyt użyteczności wybranego sklepu internetowego (z podanego zakresu) i opracowanie propozycji nowej strategii (zgodnej z zasadami UX) – z prezentacją na zajęciach.

Recommended reading

Antos G., Spitzmüller J., *Jakie „znaczenie” ma design tekstu? Rozważania o teorii wiedzy typograficznej*, [w:] *Lingwistyka mediów. Antologia tłumaczeń*, red. R. Opiłowski, J. Jarosz, P. Staniewski, Wrocław-Dresden 2015, s. 183–198.

Badura C., *UXUI. Design zoptymalizowany. Workshop Book*, Helion 2022.

Badura C., *UXUI. Design zoptymalizowany. Manual Book*. Helion 2022.

Bergström B., *Komunikacja wizualna*, tłum. J. Tarnawska, Warszawa, 2009.

Lisowska-Magdziarz M., *Badanie wielomodalnych przekazów w mediach masowych*, [w:]

Metody badań medioznawczych i ich zastosowanie, red. A. Szymańska, M. Lisowska-Magdziarz, A. Hess, Kraków 2018.

Manovich L., *Język nowych mediów*, tłum. P. Cypryański, Warszawa 2006.

Olszewska A., Gancarczyk J. *Wyszukiwanie wizualne w obiegu kultury: deskryptory i tagowanie*, [w:] *Badanie i projektowanie komunikacji, seria: projektowanie komunikacji*, t. 6, Wrocław 2017, s. 177–191.

Tkaczyk P., *Grywalizacja. Jak zastosować mechanizmy gier w działaniach marketingowych*, Gliwice 2016.

Tkaczyk P., *Narratologia*, Warszawa 2017.

Piekot T., *Słowo w kulturze multimediów*, [w:] *Język w mediach. Antologia*, red. M. Kita, Loewe, Katowice 2014, s. 257–268.

Further reading

Górska-Olesińska M., *Słowo w sieci*, Opole 2009.

Jarosz M., *Kontent kontentowi (nie)równy? Wpływ optymalizacji tekstów (techniki SEO) na treści dostępne w polskich portalach ogólnoinformacyjnych*, [w:] *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red. W. Godzic, A. Kozieł, J. Szyłko-Kwas, Warszawa 2015, s. 395–409.

Lisowska-Magdziarz M., *Obrazy ciała, obrazy produktu. Analiza metafor wizualnych i multimodalnych w mediach masowych*, [w:] *Komunikacja wizualna*, red. P. Francuz, Warszawa 2012.

Piekot T., *Dyskurs polskich wiadomości prasowych*, Kraków 2006.

Smaga A., *Formy pismo/obraz na stronach WWW. Przegląd*, [w:] *Przekaz digitalny. Z zagadnień semiotyki, semantyki i komunikacji cyfrowej*, red. E. Szczęsna, Kraków 2015, s. 87–89.

Wrycza-Bekier J., *Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla Internetu*, Gliwice 2013.

Notes

Sylabus przygotowany przez dr. Elwirę Topolnicką.

Jest to przedmiot obowiązkowy w ramach specjalności *dziennikarstwo internetowe*.

Modified by dr Krystian Saja (last modification: 14-05-2022 09:44)

Generated automatically from SylabUZ computer system