

Przedmiot do wyboru: Język polityki i reklamy - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Przedmiot do wyboru: Język polityki i reklamy
Kod przedmiotu	15.9-WH-FiPIP-JPR-Ć-S15_pNadGenKOQ42
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Filologia / Filologia angielska
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	6
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr Irmina Kotlarska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	18	1,2	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Zdobycie wiedzy na temat funkcjonowania języka w polityce i reklamie, ze szczególnym uwzględnieniem opisu funkcji perswazyjnej języka i jej językowych wykładników.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

Funkcje językowe ze szczególnym uwzględnieniem funkcji perswazyjnej, perswazja a/i manipulacja; interferencja stylowa; ekspansja i funkcje potoczności w stylu oficjalnym; strategię budowania pozytywnego wizerunku; strategię kreowania wizerunku wroga; emocje w języku; slogany, ich struktury i funkcje; metafora; wartości i sposoby ich wyrażania.

Metody kształcenia

Wykład tradycyjny, wykład konwersatoryjny, dyskusja, kreatywne rozwiązywanie problemów w grupach (m.in. burza mózgów i śnieżna kula).

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi pozyskiwać informacje z różnych źródeł, analizować, oceniać, selekcjonować w celu rozwiązania problemu lub przygotowania własnej pracy kontrolnej.	KN1_U01	- aktywność w trakcie zajęć - praca pisemna	Ćwiczenia
Student posiada pogłębioną wiedzę o kompleksowej naturze języka, jego złożoności i wieloznaczności, którą to wiedzę wykorzystuje w analizowaniu tekstów politycznych i reklamowych.	KN1_W10	- aktywność w trakcie zajęć - praca pisemna	Ćwiczenia
Student ma uporządkowaną wiedzę ogólną, obejmującą terminologię i metodologię z zakresu nauk filologicznych.	KN1_W04	- aktywność w trakcie zajęć - praca pisemna	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

Praca pisemna i/lub wystąpienie ustne.

Literatura podstawowa

1. Fairclough, Norman. 1989. *Language and power*. London and New York: Longman.
2. O’ Keefe, Daniel. 2002. *Persuasion: Theory and research* (2nd ed.). Thousand Oaks CA: Sage Publications.
3. Cook, Guy. 2001. *the Discourse of Advertising*. London and New York: Routledge.
4. Każdorazowo ustalana przez prowadzącego.

Literatura uzupełniająca

1. Bralczyk, Jerzy. 1996: *Język na sprzedaż*, Warszawa.
2. Habrajska, Grażyna. 2007. *Mechanizmy perswazji i manipulacji*. Łask.
3. Lewiński, Piotr. 1999. *Retoryka reklamy*, Wrocław.
4. Każdorazowo ustalana przez prowadzącego.

Uwagi

brak

Zmodyfikowane przez dr Irmina Kotlarska (ostatnia modyfikacja: 25-04-2018 19:20)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ