

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
|------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Copywriting and Content Creation, PG_00166615                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Cultural Communication (O)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2026 r.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2028/2029                                            |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | I stopnia - licencjackie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                           |                       |       |
| Rok studiów                              | 3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           | Język wykładowy                      |                        | angielski                                            |                       |       |
| Semestr studiów                          | 5                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 2.0                                                  |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                           |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                           | dr Roksana Zgierska                  |                        |                                                      |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                              | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | 0.0                                                       | 15.0                                 | 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                                                        |                                      | 1.0                    |                                                      | 34.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Celem przedmiotu jest rozwinięcie praktycznych umiejętności tworzenia skutecznych treści w języku angielskim, dostosowanych do różnych grup odbiorców i kanałów komunikacji, z uwzględnieniem kontekstu kulturowego, instytucjonalnego i medialnego. Studenci poznają zasady copywritingu, planowania i redakcji treści, podstawy optymalizacji (SEO), a także sposoby budowania narracji i angażowania odbiorcy. Szczególny nacisk położony jest na refleksyjne i etyczne podejście do komunikacji, świadome użycie języka, dostosowanie stylu oraz kreowanie przekazów dla projektów społecznych, edukacyjnych i kulturalnych. |                                                           |                                      |                        |                                                      |                       |       |

| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                               | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                               | [CCL3_U11] Potrafi przygotowywać prace pisemne i wystąpienia ustne oraz brać udział w dyskusji w języku angielskim na poziomie C1, w tym posługując się specjalistycznym językiem międzynarodowego biznesu i dyplomacji.                                                                                                      | Student/ka:<br><br>potrafi przygotowywać różnorodne formy tekstów użytkowych i promocyjnych oraz prezentacje ustne w języku angielskim na poziomie C1, z uwzględnieniem zasad komunikacji cyfrowej i stylistyki stosowanej w sektorze kultury, mediów i organizacji międzynarodowych.            | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SU5] realizacja zadania problemowego<br>[SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [CCL3_U01] Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować, integrować i dokumentować informacje z różnych źródeł, dokonywać ich interpretacji i wyciągać wnioski, w tym w odniesieniu do zagadnień dotyczących współczesnej kultury, literatury i językoznawstwa.                                                     | Student/ka:<br><br>potrafi wyszukiwać, selekcjonować, analizować i interpretować informacje z różnych źródeł, w tym mediów cyfrowych, na potrzeby tworzenia treści, a także formułować wnioski dotyczące współczesnych zjawisk kulturowych, językowych i komunikacyjnych.                        | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych                                                         |
|                               | [CCL3_W23] Zna zasady konstrukcji wypowiedzi pisemnych i ustnych oraz kulturowe konwencje komunikacji w języku angielskim, w tym stosowane w pracy badawczej z zakresu nauk o kulturze i religii, literaturoznawstwa i językoznawstwa oraz w pracy zawodowej w instytucjach i organizacjach międzynarodowych, na poziomie C1. | Student/ka:<br><br>zna zasady konstrukcji wypowiedzi pisemnych i ustnych oraz kulturowe konwencje komunikacji w języku angielskim na poziomie C1, ze szczególnym uwzględnieniem stylów i form językowych stosowanych w copywritingu, marketingu treści i komunikacji organizacyjnej.             | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                                                                |
|                               | [CCL3_K04] Jest gotów do angażowania się w życie społeczne i zawodowe, w tym do podejmowania i współorganizowania działań na rzecz środowiska społecznego, również wykorzystując wiedzę i umiejętności z zakresu komunikacji międzykulturowej                                                                                 | Student/ka:<br><br>jest gotów/gotowa do aktywnego angażowania się w życie społeczne i zawodowe poprzez tworzenie treści wspierających działania na rzecz społeczności lokalnych i globalnych, z wykorzystaniem wiedzy i umiejętności z zakresu komunikacji kulturowej i międzykulturowej.        | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|                               | [CCL3_W20] Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu prawa autorskiego, w szczególności mające zastosowanie w pracy badawczej z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa oraz w pracy zawodowej związanej z kulturą lub posługiwaniem się językiem angielskim.                                  | Student/ka:<br><br>zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady prawa autorskiego oraz prawa własności intelektualnej, ze szczególnym uwzględnieniem ich zastosowania w tworzeniu, adaptowaniu i publikowaniu treści w mediach, przestrzeni cyfrowej i komunikacji instytucjonalnej.                | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                                                                |
|                               | [CCL3_W19] Zna i rozumie podstawowe uwarunkowania (np. ekonomiczne, prawne, etyczne lub społeczne) działalności zawodowej związanej z kulturą lub posługiwaniem się językiem angielskim, w tym podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości.                                                         | Student/ka:<br><br>zna i rozumie podstawowe uwarunkowania ekonomiczne, prawne, etyczne i społeczne związane z tworzeniem treści i copywritingiem w sektorze kultury i komunikacji, w tym zasady funkcjonowania działalności freelancerskiej, agencji kreatywnych i przedsiębiorczości medialnej. | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna                                                                                                         |
|                               | [CCL3_W22] Zna i rozumie zasady gramatyczne i leksykalne języka angielskiego, w tym stosowanego w instytucjach i organizacjach międzynarodowych, na poziomie C1.                                                                                                                                                              | Student/ka:<br><br>zna i rozumie zasady gramatyczne i leksykalne języka angielskiego na poziomie C1, w tym typowe dla profesjonalnego copywritingu, marketingu treści i komunikacji stosowanej w organizacjach i mediach międzynarodowych.                                                       | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SW5] realizacja zadania problemowego                                                                                                             |

|                                                                                                                                                                                                                   | <table><tr><th>Efekt kierunkowy</th><th>Efekt z przedmiotu</th><th>Sposób weryfikacji i oceny efektu</th></tr><tr><td>[CCL3_K01] Jest gotów do krytycznej oceny zakresu posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności, w tym z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa w odniesieniu do dialogu międzykulturowego.</td><td>Student/ka:<br/><br/>jest gotów/gotowa do krytycznej oceny zakresu posiadanej wiedzy i umiejętności – także z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa – w kontekście tworzenia treści dostosowanych do zróżnicowanych odbiorców oraz prowadzenia odpowiedzialnej i świadomej komunikacji międzykulturowej.</td><td>[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br/>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br/>[SK5] realizacja zadania problemowego<br/>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta</td></tr></table>                                | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Efekt z przedmiotu      | Sposób weryfikacji i oceny efektu | [CCL3_K01] Jest gotów do krytycznej oceny zakresu posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności, w tym z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa w odniesieniu do dialogu międzykulturowego. | Student/ka:<br><br>jest gotów/gotowa do krytycznej oceny zakresu posiadanej wiedzy i umiejętności – także z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa – w kontekście tworzenia treści dostosowanych do zróżnicowanych odbiorców oraz prowadzenia odpowiedzialnej i świadomej komunikacji międzykulturowej. | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                  | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Sposób weryfikacji i oceny efektu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                         |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
| [CCL3_K01] Jest gotów do krytycznej oceny zakresu posiadanej przez siebie wiedzy i umiejętności, w tym z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa w odniesieniu do dialogu międzykulturowego. | Student/ka:<br><br>jest gotów/gotowa do krytycznej oceny zakresu posiadanej wiedzy i umiejętności – także z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa i językoznawstwa – w kontekście tworzenia treści dostosowanych do zróżnicowanych odbiorców oraz prowadzenia odpowiedzialnej i świadomej komunikacji międzykulturowej.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja<br>[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport<br>[SK5] realizacja zadania problemowego<br>[SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                         |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
| Treści przedmiotu                                                                                                                                                                                                 | <ul style="list-style-type: none"><li>• Wprowadzenie do copywritingu i tworzenia treści cele, funkcje, odbiorcy</li><li>• Gatunki i formaty treści: slogany, posty, teksty na strony, newslettery, kampanie społeczne</li><li>• Język, styl i ton wypowiedzi dostosowanie przekazu do platformy i grupy odbiorców</li><li>• Struktura i narracja w tekście budowanie zainteresowania i angażowanie odbiorcy</li><li>• Podstawy SEO optymalizacja treści internetowych (nagłówki, słowa kluczowe, metaopisy, czytelność)</li><li>• Praca z briefem, analiza potrzeb klienta lub instytucji</li><li>• Tworzenie treści promujących inicjatywy kulturalne i społeczne</li><li>• Redakcja, edycja i etyka tworzenia treści wiarygodność, cytowanie, język niedyskryminujący</li><li>• Elementy storytellingu i narracji marki w działaniach contentowych</li><li>• Warsztaty: planowanie i realizacja kampanii treściowej w grupie</li></ul> |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                                                                                                                                                                     | znajomość j. angielskiego B2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                         |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się                                                                                                                                                     | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Składowa oceny końcowej |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                   | Portfolio twórcze                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 50.0%                   |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                   | Zadanie indywidualne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 20.0%                   |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                   | Aktywność na zajęciach                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 20.0%                   |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
|                                                                                                                                                                                                                   | Prezentacja grupowa lub mini-kampania treściowa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 80.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 10.0%                   |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |
| Zalecana lista lektur                                                                                                                                                                                             | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | <ol style="list-style-type: none"><li>1. Bly, Robert W. <i>The Copywriters Handbook: A Step-by-Step Guide to Writing Copy That Sells</i> St. Martin's Griffin, 2020</li><li>2. Handley, Ann <i>Everybody Writes: Your New and Improved Go-To Guide to Creating Ridiculously Good Content</i> Wiley, 2022</li><li>3. Edwards, Jim <i>Sekrety copywritingu. O mocy słów, dzięki którym sprzedasz wszystko</i> MT Biznes, 2023</li><li>4. Jabłoński, Artur <i>Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting &amp; Webwriting</i> Onepress, 2017</li></ol> |                         |                                   |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                              |

|                                                                         |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                         | Uzupełniająca lista lektur | 1. Sugarman, Joseph <i>The Adweek Copywriting Handbook</i> Wiley, 2006<br>2. Heath, Chip; Heath, Dan <i>Made to Stick: Why Some Ideas Survive and Others Die</i> Random House, 2007<br>3. Wrycza-Bekier, Joanna <i>Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy</i> Onepress, 2018<br>4. Tkaczyk, Paweł <i>Zakamarki marki</i> Onepress, 2011 |
|                                                                         | Adresy eZasobów            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania |                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.