**karta przedmiotu**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Platformy social media |
| Rocznik studiów | 2022/2023 |
| Kolegium | Mediów i Komunikacji Społecznej |
| Kierunek studiów | Komunikacja cyfrowa |
| Poziom kształcenia | Studia pierwszego stopnia |
| Profil kształcenia | Praktyczny |
| Specjalność | - |
| Osoba odpowiedzialna | inż. Joanna Kościółko |

1. Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów)

|  |
| --- |
| Podstawy komunikacji marketingowej |

1. Efekty uczenia się i sposób realizacji zajęć
   1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z zasadami funkcjonowania mediów społecznościowych. |
| C2 | Zapoznanie studentów z zasadami komunikacji w środowisku serwisów społecznościowych |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Opis przedmiotowych efektów uczenia się | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **wiedzy** | | |
| P\_W01 | zna narzędzia, teorie i terminologię związane z mediami społecznościowymi | K\_W11 |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** | | |
| P\_U01 | pozyskiwać i opracowywać informacje pod kątem publikacji i rozpowszechnienia w mediach społecznościowych | K\_U05 |
| P\_U02 | pracować w środowisku mediów społecznościowych, w szczególności serwisach społecznościowych | K\_U05 |
| P\_U03 | obsługiwać profesjonalne narzędzia przeznaczone dla mediów społecznościowych | K\_U05 |

* 1. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia stacjonarne (ST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| - | - | 18 | - | - | 14 | - | 3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Studia niestacjonarne (NST) | | | | | | | |
| W | K | Ćw | L | ZP | P | eL | ECTS |
| - | - | 12 | - | - | 10 | - | 3 |

* 1. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

|  |  |
| --- | --- |
| Formy zajęć | Metoda realizacji |
| Ćwiczenia | Metoda ćwiczeniowa - jest to forma zajęć akademickich, której podstawowym założeniem jest kształtowanie różnorodnych umiejętności i postaw (ich charakter zmienia się w zależności od kierunku studiów). Opiera się na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy (film, fotografie, materiały archiwalne, teksty źródłowe, dokumenty, źródła statystyczne, mapy, Internet, aparatura badawcza, obserwacje i badania terenowe itp.). Jej nazwa obejmować powinna również źródło(a) w oparciu o które student zdobywa wiedze i kształci umiejętności. Stanowi podstawowy sposób doskonalenia kwalifikacji ogólnych i zawodowych, które są niezbędne w dalszym samokształceniu i przyszłej pracy (m.in. takich jak sprawność w myśleniu, posługiwaniu się wiedzą, ocenianiu, działaniu praktycznym). |
| Projekt | Metoda projektowa |

* 1. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

Ćwiczenia

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach ćwiczeń |
| Cw1 | Wprowadzenie do przedmiotu. Omówienie dynamiki rynku serwisów społecznościowych. |
| Cw2 | Rodzaje mediów społecznościowych |
| Cw3 | Podstawy budowania strategii obecności w mediach społecznościowych |
| Cw4 | Facebook, |
| Cw5 | Instagram |
| Cw6 | YouTube |
| Cw7 | Twitter |
| Cw8 | Linkedin |
| Cw9 | Tik Tok, Snapchat |
| Cw10 | Blogosfera, podcasty |

Projekt

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Treści kształcenia realizowane w ramach projektu |
| P1 | Współpraca z influencerami |
| P2 | Messenger marketing i chatboty |
| P3 | Real Time Marketing |

* 1. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Cele przedmiotu | Treści kształcenia |
| P\_W01 | C1, C2 | Cw1-Cw10 |
| P\_U01 | C1, C2 | Cw3, Cw4-Cw10, P1 |
| P\_U02 | C1, C2 | Cw1-Cw10, P1-P3 |
| P\_U03 | C1, C2 | Cw4-Cw10, P1-P3 |

* 1. Metody weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Metoda oceny | Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu |
| P\_W01 | Zaliczenie pisemne | Ćwiczenia |
| P\_U01 | Zadanie praktyczne wysoko i nisko symulowane - wykonywanie działań praktycznych w sytuacji umownej | Ćwiczenia, Projekt |
| P\_U02 | Zadanie praktyczne wysoko i nisko symulowane - wykonywanie działań praktycznych w sytuacji umownej | Ćwiczenia, Projekt |
| P\_U03 | Zadanie praktyczne wysoko i nisko symulowane - wykonywanie działań praktycznych w sytuacji umownej | Ćwiczenia, Projekt |

* 1. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Na ocenę 2  student nie potrafi | Na ocenę 3  student potrafi | Na ocenę 4  student potrafi | Na ocenę 5  student potrafi |
| P\_W01 | student nie zna narzędzi, teorii i terminologii związanej z mediami społecznościowymi | student zna narzędzia, teorie i terminologię związane z mediami społecznościowymi na poziomie podstawowym | zna narzędzia, teorie i terminologię związane z mediami społecznościowymi na poziomie średniozaawansowanym | student, teorie i terminologię związane z mediami społecznościowymi na poziomie zaawansowanym |
| P\_U01 | Student nie potrafi pozyskiwać i opracowywać informacji pod kątem publikacji i rozpowszechnienia w mediach społecznościowych | student ma podstawowe umiejętności pozyskiwania i opracowywania informacji pod kątem publikacji i rozpowszechnienia w mediach społecznościowych | student pozyskuje i opracowuje informacje pod kątem publikacji i rozpowszechnienia w mediach społecznościowych na poziomie średniozaawansowanym | student pozyskuje i opracowuje informacje pod kątem publikacji i rozpowszechnienia w mediach społecznościowych na poziomie zaawansowanym |
| P\_U02 | Pracować w mediach społecznościowych, w szczególności serwisach społecznościowych | pracować w mediach społecznościowych, w szczególności serwisach społecznościowych na poziomie podstawowym | pracować w mediach społecznościowych, w szczególności serwisach społecznościowych na poziomie średniozaawansowanym | pracować w mediach społecznościowych, w szczególności serwisach społecznościowych na poziomie zaawansowanym |
| P\_U03 | student nie zna i nie potrafi obsługiwać narzędzi związanych z profesjonalną obsługą mediów społecznościowych oraz nie potrafi posługiwać się fachową terminologią oraz wdrażać poznanych teorie w praktyce | student zna narzędzia związane z profesjonalną obsługą mediów społecznościowych oraz zna fachową terminologię | student zna i potrafi obsługiwać narzędzia związane z profesjonalną obsługą mediów społecznościowych oraz zna i potrafi posługiwać się fachową terminologią | student zna i potrafi obsługiwać narzędzia związane z profesjonalną obsługą mediów społecznościowych, student posługuje się fachową terminologią oraz wdraża poznane teorie w praktyce |

* 1. Literatura

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa |
| Webwriting : profesjonalne tworzenie tekstów dla internetu / Joanna Wrycza-Bekier. - Gliwice : Wydawnictwo Helion cop. 2010, 2013. |
| Twitter : sukces komunikacji w 140 znakach : tajemnice narracji dla firm, instytucji i liderów opinii / Eryk Mistewicz. - Gliwice : Wydawnictwo Helion cop. 2015 |
| Zarządzanie kryzysem w social media / Monika Czaplicka. - Gliwice : Wydawnictwo Helion cop. 2014. |
| Skuteczne social media : prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty / Anna Miotk. - Wydanie 2 rozszerzone. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, copyright 2017. |
| The art of social media : power tips for power users / Guy Kawasaki and Peg Fitzpatrick. - New York : Portfolio/Penguin copyright 2014. |

|  |
| --- |
| Literatura uzupełniająca |
| Zakamarki marki : rzeczy o których mogłeś nie wiedzieć, zapomnieć lub pominąć podczas budowania swojej marki / Paweł Tkaczyk ; opracowanie Ilona Prochera-Smykała. - Gliwice : Wydawnictwo Helion copyright 2011. |
| O biznesie w Internecie. Wszystko co chcielibyście wiedzieć, ale baliście się zapytać / Paweł Borek, Anna Koronowicz, Ula Lachowicz, Jan Makulec, Wojciech Petriczek, Karol Zielinski. - Wydawnictwo Helion, 2013 |
| Zabójczo skuteczne treści internetowe. Jak przykuć uwagę internauty? / Gerry McGovern. - Wydawnictwo Helion, 2009 |
| Rewolucja social media / Michał Sadowski. - Wydawnictwo Helion, 2014 |
| Media społecznościowe bez ściemy : jak kreować markę / Jason Falls, Erik Dekers ; [tł. Izabela Szybilska-Fiedorowicz]. - Gliwice : Wydawnictwo Helion, cop. 2013. |
| Social media to ściema / B.J. Mendelson. - Wydawnictwo Helion, 2014 |
| Social Media Explained: Untangling the World's Most Misunderstood Business Trend / Mark W. Schaefer. - 2014 |
| www.socialmediaexaminer.com |
| www.czaplicka.eu |
| www.socjomania.pl |
| www.mediafun.pl |

1. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rodzaje aktywności** | **Obciążenie studenta** | |
| **studia ST** | **studia NST** |
| Udział w C (UB) | 18h | 12h |
| Konsultacje do C (UB) | 2h | 1h |
| Samodzielne przygotowanie się do C, w tym przygotowanie do zaliczenia | 28h | 35h |
| Udział w i konsultacje do PN (UB) | 14h | 10h |
| Samodzielne przygotowanie się do zaliczenia PN | 18h | 22h |
| **Sumaryczne obciążenie pracą studenta** | **80h** | **80h** |
| **Punkty ECTS za przedmiot** | **3 ECTS** | **3 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)** | **1 ECTS** | **1 ECTS** |
| **Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)** | **3 ECTS** | **3 ECTS** |