

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Narzędzia komunikacji wspierające edukację prosumentów	
UTH/F/DZ/2/P/ST/B2/17			Communication tools supporting the education of prosumers	
Język wykładowy		Polski		
Rok akademicki		2023/2024		
Kierunek		Dziennikarstwo i nowe media		
w zakresie		-		
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia		
Profil studiów		Profil praktyczny		
Forma studiów		Studia stacjonarne		
Semestr / semestry		III		
Przynależność do grupy zajęć		B2. Grupa zajęć kierunkowych – do wyboru		
Status przedmiotu		Wybierany		
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS
		-	-	2 ECTS
		-	-	
		Zajęcia warsztatowe	20	
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Kształtuje umiejętności praktyczne (profil praktyczny)		2 ECTS
	z uprawnieniami	-		0 ECTS
	z dyscypliną	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		2 ECTS
Forma nauczania		W trybie regularnym – w siedzibie Uczelni lub w trybie zdalnym – z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość		
Wymagania wstępne		Brak		
Jednostka prowadząca		Wydział Prawa i Administracji / Katedra Nauk Społecznych		
Koordynator		Dr Jadwiga Kida		
Adres strony internetowej pjo		www.wpia.uniwersytetradom.pl		
Adres e-mail, telefon koordynatora		j.kida@uthrad.pl, tel. +48 (48) 361 74 14		

EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Cel kształcenia:	Celem kształcenia jest przekazanie studentom wiedzy na temat różnych narzędzi komunikacji wspierających edukację prosumentów oraz sposobów wykorzystania mediów w tym zakresie. Ponadto celem zajęć jest dostarczenie studentom praktycznych umiejętności w zakresie skutecznego planowania i wdrażania kampanii informacyjnych, promocyjnych i marketingu w zakresie edukacji współczesnego konsumenta.
------------------	--

Treści programowe:	Zajęcia warsztatowe 1. Konsument i prosument – nowe trendy w zachowaniach konsumpcyjnych. 2. Cywilizacyjne i technologiczne determinanty rozwoju prosumpcji. 3. Wykorzystanie narzędzi psychologicznych i technik wpływu społecznego w kampaniach marketingowych na przykładzie tradycyjnych i nowych mediów. 3. Planowanie i realizacja medialnych kampanii promocyjnych, społecznych, reklamowych, ze szczególnym uwzględnieniem potrzeb konsumenta doby ponowoczesnej. 4. Prosument w Internecie: portale społecznościowe, korporacyjne i firmowe, blogi i fora dyskusyjne, itp. 5. Marketing 3.0 – nowe instrumenty i narzędzia 6. Personalizacja produktów i usług. 7. Aktywność prosumentów na rynku e-usług na wybranych przykładach. 8. Nowe formy komunikacji: social media, content marketing, reklama natywna, komunikacja mobilna, itp.
Metody dydaktyczne (kształcenia):	- wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik i narzędzi multimedialnych - klasyczna i sytuacyjna metoda problemowa - studium przypadku - projekt (kampanii informacyjnej, promocyjnej lub społecznej)
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów uczenia się. Uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich form zajęć wchodzących w skład przedmiotu jest równoznaczne ze zdobyciem przez studenta liczby punktów ECTS przyporządkowanej temu przedmiotowi. Sposób obliczania przedstawia się następująco: 40% aktywność na zajęciach warsztatowych, 60% ocena pracy indywidualnej (projekt)

Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć				Metody weryfikacji efektów uczenia się	
Numer efektu uczenia się	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do:	Kierunkowy efekt uczenia się (KEU)	Forma zajęć	Forma weryfikacji (zaliczeń)	Metody sprawdzania i oceny
W1	Rozumie pojęcia prosumpcji zna style zachowań prosumentów oraz rozumie rolę mediów w odniesieniu do kształtowania postaw konsumpcyjnych.	K_WG05	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt
W2	Zna cele, instrumenty, metody i techniki e-PR i e-marketingu wykorzystywane w komunikacji i edukacji prosumentów	K_WG06	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt
U1	Potrafi tworzyć rzetelne, merytoryczne i skuteczne narzędzia komunikacji w zakresie edukacji prosumentów z wykorzystaniem nowych mediów; potrafi analizować przekazy multimedialne z wykorzystaniem nowych mediów w obszarze kształtowania zachowań prosumentów.	K_UW01 K_UW03 K_UK07	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt
U2	Umie działać jako członek, a także kierownik zespołu e-marketingowego i e-PR-owskiego.	K_UO11	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt
U3	Umie rozwijać i wykorzystywać kompetencje miękkie w działalności marketingowej.	K_UU14	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt
K1	Jest przygotowany merytorycznie i mentalnie do wykorzystania swojej wiedzy i swoich umiejętności komunikacyjno-medialnych w celu edukacji prosumenckiej i jest gotów wykorzystywać je w sposób etyczny.	K_KO03 K_KR05	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Aktywność na zajęciach, projekt

Literatura i pomoce naukowe

Literatura podstawowa

B. Mróz (red.), Oblicza konsumpcjonizmu, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2009
 A.I. Baruk, Prosumpcja jako wielowymiarowe zachowanie rynkowe, PWE, Warszawa 2017
 P. Siuda, Kultury prosumpcji, Instytut Dziennikarstwa UW, Warszawa 2012
 T. Szymusiak, Prosumen-Prosumpcja-Prosumeryzm, Wyd. Bezkresy Wiedzy 2015
 K. Śliwińska, M. Pacut (red.), Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku, Wolter Kluwer, Warszawa 2011

Literatura uzupełniająca

P. Wallace, Psychologia Internetu, Poznań 2003
 A. Falkowski, T. Tyszka, Psychologia zachowań konsumenckich, GWP, Gdańsk 2001
 A. Toffler, Trzecia fala, Wyd. Kurpisz, Poznań 2006
 R. Wolny, Prosumpcja i prosumen na rynku e-usług, „Konsumpcja i Rozwój” 2013 nr 1(4)

Pomoce naukowe

Komputery z łączem internetowym, rzutnik multimedialny

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS

Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]		
	Inne godz. kontaktowe (IGK)	Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta (ZBN)	Zajęcia dydaktyczne
Udział w zajęciach warsztatowych	-	-	20
Udział w konsultacjach	5	-	-
Przygotowanie do zajęć i zaliczenia, w tym wykonanie prac zaliczeniowych	-	25	-
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	5[h] / 0,2 ECTS	25[h] / 1,0 ECTS	20[h] / 0,8 ECTS
Punkty ECTS za przedmiot	2 ECTS		

Informacje dodatkowe, uwagi

W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekle chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów.

Szczegółowe zasady i formy wsparcia studentów ze szczególnymi potrzebami: w tym z niepełnosprawnością, przewlekle chorych podczas zajęć, zaliczeń i egzaminów określono w: Regulaminie Studiów, Zasadach Studiowania, Procedurze dotyczącej zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekle chorych.