

KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	Strategie marketingowe w mediach społecznościowych	
UTH/F/DZ/2/P/ST/B2/16			Social media marketing strategies	
Język wykładowy		Polski		
Rok akademicki		2023/2024		
Kierunek w zakresie		Dziennikarstwo i nowe media		
		-		
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 [h]	
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 Filologiczno-Pedagogiczny/Katedra Kultury Polskiej i Mediów		
Koordynator		Mgr Łukasz Nogaj		
Adres strony internetowej pjo		www.wfp.uniwersytetradom.pl		
Adres e-mail, telefon koordynatora		l.nogaj@uthrad.pl, tel. 514 707 996		

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

Cel kształcenia:	Zapoznanie studentów genezą i ewolucją mediów społecznościowych oraz ich miejscem we współczesnej gospodarce. Zrozumienie specyfiki rynku mediów społecznościowych i ich roli we współczesnych strategiach komunikacyjnych, marketingowych i wizerunkowych.
Treści programowe:	1. Geneza i ewolucja komunikacji w mediach społecznościowych.

	2. Największe serwisy społecznościowe – charakterystyka. 3. Etapy budowy strategii marketingowej w mediach społecznościowych. Zadania praktyczne. 4. Pomiar wyników i optymalizacja kampanii marketingowej w mediach społecznościowych. 5. Zarządzanie w sytuacji kryzysowej w mediach społecznościowych. Analiza przypadków. 6. Alternatywne media społecznościowe w strategiach marketingowych. 7. Zajęcia podsumowujące. Analiza projektów.
Metody dydaktyczne (kształcenia):	Wykład informacyjny z wykorzystaniem ekspozycyjnych technik multimedialnych, wykład problemowy, metoda przypadków połączona z dyskusją możliwych rozwiązań i alternatyw, ćwiczenia praktyczne, zadaniowe w rozwijaniu intelektu, tworzenie projektu w zespołach.
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	<p>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 oceny z poszczególnych form zajęć przedstawia się następująco:</p> <p>Zajęcia warsztatowe: Przygotowanie pracy zaliczeniowej (projekt strategii marketingowej w SM) – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach – 50 % oceny.</p> <p>Aktywność na zajęciach ocenia się wg skali: - ocena bdb (5) – aktywność na 9 i więcej zajęciach, - ocena db (4) – aktywność na 6-8 zajęciach, - ocena dst (3) – aktywność na 3-5 zajęciach.</p>

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	Zna strategie marketingowe stosowane w mediach społecznościowych, w szczególności w działalności ekonomicznej.	K_WG05 K_WG06	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	Projekt, Dyskusja, Zadania ćwiczeniowe
U1	Umie stworzyć projekt strategii marketingowej i zrealizować ją w social mediach.	K_UW01 K_UW03 K_UK07	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
U2	Umie działać jako członek, a także kierownik zespołu e-marketingowego.	K_UO11	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
U3	Umie rozwijać i wykorzystywać kompetencje miękkie w działalności marketingowej.	K_UU14	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	
K1	Jest przygotowany do wykorzystania swojej wiedzy i swoich umiejętności marketingowych w działalności społeczno-gospodarczej i jest gotów wykorzystywać je w sposób etyczny.	K_KO03 K_KR05	Zajęcia warsztatowe	Zaliczenie na ocenę	

Literatura i pomoce naukowe
<p>Literatura podstawowa: Sanak-Kosmowska K. Rola serwisów społecznościowych w komunikacji marketingowej, Wydawnictwa Drugie, Warszawa 2018. Czaplicka M., Zarządzanie kryzysem w social media, Gliwice 2014.</p> <p>Literatura uzupełniająca: Marzec K., Narzędzia Google dla e-commerce. Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. Żukowski M., Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw. Wydanie III, Helion, Gliwice 2021. Kawasaki G., Fitzpatrick P., Jak cię widzą, tak cię piszą. Sztuka autopromocji w mediach społecznościowych, Helion, Gliwice 2015.</p>

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 warsztatowych, Przygotowanie do zaliczenia	-	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.