

**Program kształcenia kierunku Marketing internetowy**

**Cykl Kształcenia 2020-2023**

Spis treści

[1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów 3](#_Toc84413573)

[2. Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku marketing internetowy 10](#_Toc84413574)

[3. Plany studiów dla cyklu kształcenia kierunku Marketing internetowy od roku akademickiego 2020 2021 14](#_Toc84413575)

[4. Karty przedmiotów 18](#_Toc84413576)

[A. Moduł zajęć ogólnych 18](#_Toc84413577)

[Ochrona własności intelektualnej A1 18](#_Toc84413578)

[Ergonomia i BHP A2 21](#_Toc84413579)

[Wychowanie fizyczne A3 24](#_Toc84413580)

[Wprowadzenie do studiowania A4 27](#_Toc84413581)

[Wykłady tematyczne A5 31](#_Toc84413582)

[Elementy Kultury Współczesnej A6 36](#_Toc84413583)

[Przedsiębiorczość A7 40](#_Toc84413584)

[B. Moduł zajęć podstawowych 43](#_Toc84413585)

[Warsztat pisania twórczego B1 43](#_Toc84413586)

[Kultura i norma języka polskiego B2 47](#_Toc84413587)

[Praktyczna stylistyka B3 54](#_Toc84413588)

[Opracowanie tekstu użytkowego B4 60](#_Toc84413589)

[Język specjalistyczny (Media and marketing) – B5 64](#_Toc84413590)

[Perswazja, erystyka i manipulacja w języku B6 68](#_Toc84413591)

[C. Moduł zajęć kierunkowych 72](#_Toc84413592)

[Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C1 72](#_Toc84413593)

[Teoria mediów C2 76](#_Toc84413594)

[Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C3 80](#_Toc84413595)

[Warsztat dziennikarza internetowego C4 86](#_Toc84413596)

[Media społecznościowe C5 91](#_Toc84413597)

[Komunikacja społeczna i public relations C6 94](#_Toc84413598)

[Zarządzanie systemami reklamy PPC C7 99](#_Toc84413599)

[Podstawy projektowania stron internetowych C8 103](#_Toc84413600)

[Obieg informacji oraz systemy CRM C9 107](#_Toc84413601)

[Newsletter i mailing C10 111](#_Toc84413602)

[Planowanie strategii marketingowej z podstawami analityki C11 115](#_Toc84413603)

[Marketing i badania marketingowe C12 118](#_Toc84413604)

[Podstawy organizacji w biznesie C13 123](#_Toc84413605)

[Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C14 127](#_Toc84413606)

[D1 Moduł specjalnościowy: Content Creator 132](#_Toc84413607)

[Język obcy D1.1/D2.1 132](#_Toc84413608)

[Język obcy – D1.1, D2.1 137](#_Toc84413609)

[Content marketing D1.2 141](#_Toc84413610)

[Promocja marki D1.3 145](#_Toc84413611)

[Projekty graficzne D1.4 149](#_Toc84413612)

[Analityka w Social Media D1.5 153](#_Toc84413613)

[Tworzenie i aktualizacja Fanpage D1.6 157](#_Toc84413614)

[D2 moduł specjalnościowy: Specjalista SEM 160](#_Toc84413615)

[Linkbuilding D2.2 160](#_Toc84413616)

[Algorytmy wyszukiwarek D2.3 164](#_Toc84413617)

[Optymalizacja stron internetowych D2.4 168](#_Toc84413618)

[Analityka SEM D2.5 172](#_Toc84413619)

[Audyt kampanii marketingowej D2.6 176](#_Toc84413620)

[D4 W zakresie praktyk 180](#_Toc84413621)

[Praktyka zawodowa D4.1 180](#_Toc84413622)

[E Grupa przedmiotów z dziedziny nauk humanistycznych 185](#_Toc84413623)

[Wprowadzenie do marketingu internetowego . E1 185](#_Toc84413624)

[Logika – analiza tekstu i argumentacja E2 189](#_Toc84413625)

[5. Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS 193](#_Toc84413626)

[*6.* Zestawienie modułów/ przedmiotów dla danego kierunku studiów, wraz z przyporządkowaniem w ich obrębie punktów ECTS dla danej dyscypliny nauki oraz procentowym udziałem liczby punktów ECTS dla dyscypliny w liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie 194](#_Toc84413627)

# Ogólna charakterystyka kierunku studiów

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów** | **Marketing internetowy** |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne, dualne |
| **Czas trwania studiów (liczba semestrów) i łączna liczba godzin:** | 6 semestrów  godzin |
| **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:** | 181 punktów ECTS  1860 godzin |
| **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:** | Licencjat |
| **Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów** | Nauki społeczne |
| **Dyscyplina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:**  **W przypadku programu studiów dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny należy określić procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej**  **z dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej;** | Dyscyplina wiodąca - n  5.4 **Nauki o komunikacji społecznej i mediach** 62%  1.4 Językoznawstwo 22%  5.6 Nauki o zarządzaniu i jakości 16% |
| **Termin rozpoczęcia cyklu:** | Październik 2020/2021 |
| **Wskazanie związku kierunku studiów ze strategią rozwoju oraz misją PWSZ w Krośnie:** | Program studiów dla kierunku Marketing internetowy jest spójny ze Strategią rozwoju oraz misją KPU w Krośnie.  Utworzenie kierunku studiów Marketing internetowy wpisuje się w pełni w misję uczelni określoną w Statucie PWSZ im. Stanisława Pigonia w Krośnie. Powstanie tego innowacyjnego kierunku odwołuje się do fundamentalnego powołania uczelni do podejmowania przedsięwzięć edukacyjnych wykorzystujących nowoczesne technologie, kształtujących nowoczesne społeczeństwo demokratyczne. Interdyscyplinarność tego kierunku jest realizacją zrównoważonego rozwoju uczelni w oparciu o różnorodność oferty kształcenia w obrębie wielu dziedzin nauki, a także odpowiada zapotrzebowaniu otoczenia społeczno-gospodarczego Uczelni. Ważnym aspektem projektowanego kierunku studiów jest jego praktyczny charakter potwierdzony udziałem firmy KS już na etapie projektowania planu studiów i efektów uczenia się.  Kierunek studiów Marketing internetowy przyczyni się do realizacji celów strategicznych Uczelni powiązanych ze strategią rozwoju województwa podkarpackiego. Analiza SWAT konkurencyjnej i innowacyjnej gospodarki oraz kapitału społecznego województwa podkreśla jako mocną stronę regionu i szansę jego dalszego rozwoju zasób dobrze wykwalifikowanej kadry w sektorze IT funkcjonującego w konkurencyjnym środowisku. Rozwijanie tego potencjału, jako cel strategiczny uczelni, powinno się odbywać na drodze współpracy z lokalnymi i krajowymi podmiotami gospodarczymi, zaś efekty badań naukowych należy wdrażać we partnerstwie z przedsiębiorstwami wspomagającymi lokalny rynek pracy, szczególnie na drodze praktycznej tak, aby umożliwić płynne wchodzenie absolwentów w obowiązki zawodowe. Kierunek studiów MI doskonale wpisuje się w tę strategię rozwoju Uczelni i regionu.  Absolwenci kierunku studiów MI w trakcie studiów będą kształceni w atmosferze poszanowania tradycji patriotycznych i wartości obywatelskich. Gwarantują to efekty uczenia się osiągane podczas kursów modułu ogólnego, a także dzięki możliwościom uczestnictwa w wartościowych przedsięwzięciach kulturalnych, charytatywnych i prospołecznych będących wkładem Uczelni w rozwój regionu.  Realizacji misji uczelni i jej celów strategicznych sprzyja odpowiedni dobór efektów uczenia się.  W zakresie wiedzy absolwenci zapoznają się w stopniu zaawansowanym z aspektami teorii języka, logiki, stylistyki i kultury języka polskiego umożliwiającymi tworzenie poprawnych i skutecznych wypowiedzi językowych. Będą też w zaawansowanym stopniu znać teorie mediów ze szczególnym uwzględnieniem zależności metod przechowywania i przekazu informacji a środowiskiem społecznym. Ponadto, zapoznają się z podstawami teorii oraz narzędziami komunikacji społecznej, biznesowej i interpersonalnej, które będzie potrafił stosować w działalności zawodowej. Absolwent osiągnie też efekty uczenia się związane z kształtowaniem przedsiębiorczości i poszanowanie prawa własności intelektualnej.  W zakresie wiedzy absolwent będzie samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonywać syntezy i analizy pozyskanych informacji, dzięki czemu będzie zdolny samodzielnie tworzyć projekty marketingowe wykorzystując nowoczesne narzędzia informatyczne. Dzięki biegłej (B2) znajomości drugiego języka absolwent będzie mógł brać udział w projektach o zasięgu międzynarodowym. Absolwent w merytoryczny sposób potrafi brać udział w debacie. W czasie studiów absolwent zdobędzie także umiejętność pracy w zespole w duchu poszanowania dla jego wszystkich członków oraz planowania własnego rozwoju.  Kompetencje absolwenta są wyrazem jego gotowości do podejmowania refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami w celu wytyczenia dalszych dróg rozwoju. Absolwent działa na rzecz społeczeństwa obywatelskiego, jest przedsiębiorczy, tolerancyjny, działa w poszanowaniu norm etycznych.  Efekty uczenia się planowanego kierunku studiów Marketing Internetowy w większości odnoszą się do dziedziny nauk społecznych, dyscyplina wiedza o mediach i komunikacji społecznej (5.4), które uzupełniają efekty kształcenia w zakresie nauk o zarządzaniu i jakości (5.6) oraz efekty z zakresu dziedziny humanistycznej – językoznawstwo (1.4). |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów potrzeb społeczno-gospodarczych oraz zgodności zakładanych efektów uczenia się z tymi potrzebami:** | Analizy i konsultacje z otoczeniem społeczno gospodarczym skłaniają do wniosku, że odpowiedni wydaje się wybór tego kierunku, który wpisuje się w istniejący na rynku pracy niedobór wykwalifikowanej kadry mogącej działać w sektorze marketingu internetowego. W odpowiedzi na coraz intensywniej zaznaczający się w gospodarce regionu tak zwany zwrot cyfrowy, który rozszerza zakres wykorzystania narzędzi do analizy danych i narzędzi internetowych służących sprawnej komunikacji społecznej, PWSZ im. Stanisława Pigonia w Krośnie we współpracy z przodującą na ryku marketingu sieciowego firmą **KampanieSEO (po zmianie nazwy KS)** pragnie otworzyć nowy kierunek studiów: Marketing internetowy.  Jak pokazują analizy instytucji europejskich (m.in. Europejskiego Portalu Mobilności Zawodowej) szansę na rozwój w mniej zurbanizowanych rejonach może mieć przemysł elektroniczny. Firmy prowadzące sprzedaż towarów przez Internet oraz świadczącego różnorodne usługi za pośrednictwem Internetu, a także zatrudniające pracowników w nowym przemyśle high-tech jak na przykład programistów czy specjalistów tworzących technologie niezbędne do świadczenia usług elektronicznych, realizacji produkcji przemysłowej lub do zastosowania w gospodarce niskoemisyjnej dla prywatnych gospodarstw domowych (geotermia, turbiny wodne itp.) z powodzeniem działają na terenach odległych od dużych metropolii, wykorzystując lokalne zasoby oraz konkurencyjne ceny prowadzenia działalności gospodarczej. Dzięki coraz lepszym połączeniom komunikacyjnym, wysokim wskaźnikom przedsiębiorczości oraz bogatej ofercie edukacyjnej w rejonie krośnieńskim pojawiają się coraz liczniej firmy działające w oparciu o innowacyjne technologie i usługi. Jedną z nich jest firma KampanieSEO z siedzibą w Gorzycach, **która specjalizuje się w marketingu internetowym**.  Do realizacji innowacyjnych zadań biznesowych potrzebne są umiejętności, które można kształtować w ramach studiów wyższych o profilu praktycznym. W obecnej sytuacji rynkowej, a jak wskazują badania organizacji eksperckich (WEF The Future of Jobs Report 2018) także w najbliższej przyszłości, firmy informatyczne i technologiczne będą na tyle zróżnicowane pod względem podejmowanych zadań, że znajdzie się w nich miejsce także dla psychologów, filologów czy fachowców z dziedziny marketingu z podstawowymi kompetencjami związanymi z programowaniem czy analizą treści i baz danych. Od kandydatów do pracy w tych przedsiębiorstwach oczekuje się nie tylko konkretnych umiejętności twardych. Liczą się też kompetencje miękkie, a zwłaszcza otwartość na wiedzę, komunikatywność i zdolność współpracy, kreatywność i innowacyjność, zdolności analityczne i krytyczne myślenie, inteligencja emocjonalna, zdolność kompleksowego rozwiązywania problemów. Z tego powodu wśród specjalistów poszukiwanych do realizacji wysokotechnologicznych projektów coraz większą rolę odgrywają absolwenci łączący związane ze sprawnością komunikacyjną tradycyjne wykształcenie humanistyczne z rozwiniętymi kompetencjami cyfrowymi. Do najpotrzebniejszych praktycznych kompetencji cyfrowych (tzw. digital skills) w grupie małych i średnich przedsiębiorstw (SMEs) należą; higiena cyfrowa – obsługa stron internetowych, projektowanie cyfrowe, obsługa sieci społecznościowych, obsługa narzędzi wzmacniających efektywność pracy grupowej (Slack, Trello), prowadzenie rachunkowości, praca w chmurze (Google Docs), rutynowe kolekcjonowanie i analiza danych, wykorzystanie specjalistycznych narzędzi branżowych.  Jednym z istotnych czynników decydujących o powodzeniu tego typu działalności gospodarczej jest nastawienie na prowadzenie komunikacji społecznej wysokiej jakości treści. Chodzi tu zarówno o dostarczanie użytkownikowi końcowemu (odbiorcy) treści (ang. Content) aktualnych i fachowych, ale także o takie ich tworzenie, które uwzględnia ich rozumną konsumpcję, interpretację oraz analizę. Treści powinny być więc opracowywane z uwzględnieniem podwójnej perspektywy: nadawcy oraz odbiorcy. Rozwijaniu tej kompetencji służy moduł studiów **Content Creator**.  Od strony technicznej skuteczność biznesowa zależy od takich procesów jak sprawne pozycjonowanie, zarządzanie treścią oraz wizualna atrakcyjność kampanii. Opanowanie tych umiejętności umożliwia moduł **Specjalista SEM**.  Analiza zgodności zakładanych efektów kształcenia z potrzebami rynku pracy dokonana została na podstawie:   * opinii interesariuszy zewnętrznych – studia interaktywnego KS * instytucji publicznych * licznych spotkań i konsultacji z przedstawicielami lokalnego rynku pracy * opinii i sugestii płynących od studentów * analizy opinii absolwentów w ramach programu monitorowania karier absolwentów        Oczekiwania pracodawców wyrażone zostały również w formie listów intencyjnych, umów i porozumień zawartych pomiędzy podmiotami zewnętrznymi, a uczelnią w obrębie której realizowany będzie kierunek studiów. |
| **Ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia, typowe miejsca pracy i możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów:** | Osoby o takich kwalifikacjach znajdą zatrudnienie w wielu zawodach związanych z dynamicznie rozwijającym się rynkiem innowacyjnych usług:  - tester oprogramowania: wykorzystywane są tu zarówno precyzyjne formułowanie komunikatów (z wykorzystaniem wiedzy fachowej o specjalistycznych narzędziach technicznych) jak i zrozumienie oczekiwać użytkownika i cierpliwe zgłębianie jego potrzeb.  - Projektant UX oraz UI: osoba kompetentnie pośrednicząca między specjalistą IT a jego potencjalnymi klientami lub użytkownikami. Aby strona internetowa była funkcjonalna, użyteczna, dostępna i wiarygodna, czyli po prostu, by realizowała swoje zadania biznesowe, jej tworzeniu towarzyszy praca analityka oceniającego efekt (a najpierw projekt-klikalną makietę) pod względem doświadczenia użytkownika (UX - user experience) oraz intuicyjności interface’u (UI – User interface)  - Grafik: nie tylko rzemieślnik, ale artysta obdarzony wyczuciem estetycznym, oraz dobry obserwator swoich klientów, potrafiący zaproponować projekt nawiązujący do stylistyki preferowanej przez odbiorcę.  - Marketingowiec specjalizujący się w Social media oraz marketingu internetowym: opracowuje kampanie internetowe, sprzedażowe lub PR.  - PR-owiec: zainteresowany niemal wszystkim, podążający za branżą klienta, sprawny w kontakcie z mediami, opanowany i twórczy dostarczyciel komunikatów medialnych.  Absolwenci będą mogli kontynuować edukację na studiach związanych z komunikacją społeczną, dziennikarstwem oraz marketingiem. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wniosków z analizy wyników monitoringu karier zawodowych studentów i absolwentów:** | Akademickie Biuro Karier w strukturach uczelni funkcjonuje od 2005 roku (powołane zostało Zarządzeniem Nr 13/05 Rektora PWSZ w Krośnie z dnia 30 czerwca 2005roku). Biuro Karier odgrywa znaczącą rolę w szerokorozumianej aktywizacji zawodowej studentów i absolwentów PWSZ w Krośnie oraz w podejmowaniu działań ułatwiających studentom kontakty z otoczeniem potencjalnych pracodawców. Do najważniejszych zadań Biura Karier należą: promocja PWSZ i jej studentów oraz absolwentów wśród pracodawców, pozyskiwanie ofert pracy, staży oraz praktyk zawodowych, przygotowanie studentów do skutecznego poszukiwania zatrudnienia, a także ich efektywnego funkcjonowania na rynku pracy. Biuro Karier współpracuje także z pracodawcami, ułatwiając im pozyskanie właściwych kandydatów na miejsca pracy oraz staże zawodowe. Informacje, które uzyskuje uczelnia na temat monitorowania losów zawodowych absolwentów przekazywane są władzom uczelni, dyrektorom instytutów oraz kierownikom poszczególnych zakładów. Wyniki uzyskiwane z monitoringu losów absolwentów mogą być jednym  z kilku czynników wpływających na wprowadzenie ewentualnych zmian w programach kształcenia. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wymagań i zaleceń komisji akredytacyjnych, w szczególności Polskiej Komisji Akredytacyjnej:** | Kierunek kształtowany jest jako innowacja na rynku, nie podlegał akredytacji. |
| **Informacja na temat uwzględnienia  w programie studiów przykładów dobrych praktyk:** |  |
| **Informacja na temat współdziałania w zakresie przygotowania programu kształcenia  z interesariuszami zewnętrznymi** | Firma KampanieSEO w aktywny sposób włącza się w działania związane z projektowanie nowego kierunku studiów Marketing Internetowy jako partner studiów dualnych.  Jednocześnie zespół koordynujący przygotowywanie wniosków odbył konsulacie z lokalnymi przedstawicielami środowisk samorządowych w ramach Kolegium Instytutu Humanistycznego oraz z przedstawicielami instytucji kultury w Krośnie. |
| **Opis kompetencji oczekiwanych od kandydata ubiegającego się o przyjęcie na studia:** | Kandydat Powinien wykazać się dobrą znajomością języka polskiego oraz angielskiego, Powinien też być decydowany do kształcenia się w dynamicznie zmieniającym się środowisku runku marketingowym. |

# Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku marketing internetowy

**Tabela odniesień efektów uczenia się dla kierunku studiów do charakterystyk I i II stopnia poziomu 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów:** Marketing Internetowy  **Określenie dyscypliny/dyscyplin naukowych, do których został przyporządkowany kierunek studiów**: nauki o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwo, nauki o zarządzaniu i jakości  **Poziom studiów:** studia pierwszego stopnia  **Profil studiów:** praktyczny  **Tytuł zawodowy:** licencjat | | | |
| Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2017 r. poz. 986) oraz charakterystyki drugiego stopnia dla poziomu 6 określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 28 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji | | | |
| Symbol efektu uczenia się  dla kierunku studiów | Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku  **Marketing Internetowy** w kategorii: | Odniesienie do charakterystyk I stopnia | Odniesienie do charakterystyk II stopnia |
| **WIEDZA**  **absolwent zna i rozumie:** | | | |
| MI\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Potrafi wiedzę tę stosować w praktyce zawodowej. | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W02 | W stopniu zaawansowanym teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych, a także rozumie zależności między metodą przechowywania informacji i jej przekazu a środowiskiem społecznym | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W03 | W zaawansowanym stopniu teorie, metody i zależności związane z komunikacją marketingową, które stanowią podstawy teoretyczne działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W04 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia komunikacji społecznej, biznesowej oraz interpersonalnej. Zna zasady korzystania z nowoczesnych kanałów przesyłu informacji w mediach społecznościowym oraz z wykorzystaniem systemów zarządzania informacją wewnątrz organizacji. Stosuje je w praktyce zawodowej z poszanowaniem zasad współżycia społecznego. | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W05 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu. Stosuje tę wiedzę w praktyce zawodowej. | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W06 | Podstawowe zasady ochrony prawa własności oraz prawa w zakresie działalności gospodarczej. Zna zasady prawne oraz dotyczące bezpieczeństwa pracy związane z wybranym typem działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WK\_5.7 |
| MI\_W07 | Podstawy tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości. | P6U\_W | P6S\_WK\_5.6 |
| **UMIEJĘTNOŚCI**  **absolwent potrafi:** | | | |
| MI\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu rozwiązania zadań związanych z działalnością zawodową, szczególnie w dziedzinie komunikacji marketingowej. | P6U\_U | P6S\_UW\_1.4  P6S\_UW\_5.4 |
| MI\_U02 | Wykorzystać posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4 |
| MI\_U03 | Stosować narzędzia informatyczne, media i techniki skutecznego komunikowania w celach zawodowych, szczególnie w wykonywaniu zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych oraz komunikacji społecznej | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4 |
| MI\_U04 | Posługiwać się terminologią specjalistyczną z zakresu językoznawstwa, teorii mediów, stylistyki, komunikacji marketingowej oraz teorii informatycznych w zakresie związanym z działalnością zawodową | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4 |
| MI\_U05 | Brać udział w debacie poprzez samodzielne i krytyczne podejście do pozyskanych informacji. Jest świadomy manipulacyjnych i dezinformacyjnych działań w przestrzeni medialnej i społecznej | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4 |
| MI\_U06 | Posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w podstawowym zakresie specjalistycznym. | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4 |
| MI\_U07 | Planować pracę w zespole, rozpoznawać kompetencje członków zespołu i uwzględniać ich indywidualne uzdolnienia, a także zależne od kontekstu kulturowego indywidualne style komunikacyjne. Stosuje w tym celu dostępne narzędzia informatyczne | P6U\_U | P6S\_UO\_1.4  P6S\_UO\_5.4 |
| MI\_U08 | Dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego dzięki planowemu uczeniu się przez całe życie. Rozwój zawodowy postrzega w szerokiej perspektywie przemian cywilizacyjnych i kulturowych. | P6U\_U | P6S\_UU\_1.4  P6S\_UU\_5.4 |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE**  **absolwent jest gotów do:** | | | |
| MI\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole, szczególnie w zespole wielokulturowym i interdyscyplinarnym. Przyjmuje krytyczne oceny własnych umiejętności ze spokojem i dąży do stałego ich podwyższania. Jeśli jest świadom swoich ograniczeń nie waha się poprosić o pomoc eksperta. | P6U\_K | P6S\_KK\_1.4  P6S\_KK\_5.4 |
| MI\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Wykorzystuje swoje umiejętności dla dobra wspólnego. | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4 |
| MI\_K03 | Przejawiania inicjatywy, jest przedsiębiorczy | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4 |
| MI\_K04 | Przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów. Rozumie społeczną szkodliwość manipulacji i dezinformacji. | P6U\_K | P6S\_KR\_1.4  P6S\_KR\_5.4 |

1.4 – nauki humanistyczne, językoznawstwo

5.4 – nauki społeczne, nauka o komunikacji społecznej i mediach

5.6 – nauki społeczne, nauka o zarządzaniu i jakości

5.7 – nauki społeczne, nauki prawne

# Plany studiów dla cyklu kształcenia kierunku Marketing internetowy od roku akademickiego 2020 2021

**Karpacka Państwowa Uczelnia w Krośnie**

**Kierunek: Marketing internetowy**

**Poziom: Studia I stopnia – licencjackie**

**Profil: Praktyczny**

**Forma: Stacjonarne**

**Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2020/2021**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Nazwa przedmiotu** | **Egz po sem/ zalicz** |  | **Rok I** | | | | | | | | **Rok II** | | | | | | | | **Rok III** | | | | | | | | **Suma godzin** | **Suma ECTS** |
|  | **sem. 1** | | | | **sem. 2** | | | | **sem. 3** | | | | **sem. 4** | | | | **sem. 5** | | | | **sem. 6** | | | |
|  | **W** | **ĆW** | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | **ECTS** |
|  | **godz.** | **forma** | **godz.** | **forma** | **godz.** | **forma** | **godz.** | **forma** | **godz.** | **forma** | **godz.** | **forma** |
| **A** | **Moduł zajęć ogólnych** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **180** | **8** |
| **1** | Ochrona własności intelektualnej | Z |  |  | 15 | A | 1 | 15 |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **2** | Ergonomia i BHP | Z |  | 15 |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 15 | 1 |
| **3** | Wychowanie fizyczne | Z |  |  | 30 | P | 0 |  | 30 | P | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 0 |
| **4** | Wprowadzenie do studiowania | Z |  |  | 15 | W | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 15 | 1 |
| **5** | Wykłady tematyczne | Z |  | 15 |  |  | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 15 | 1 |
| **6** | Elementy kultury współczesnej | Z |  |  | 30 | A | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **7** | Przedsiębiorczość | Z |  |  | 15 | Pr | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 15 | 1 |
| **B** | **Moduł zajęć podstawowych** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 480 | 32 |
| **1** | Warsztat pisania twórczego | E5 |  |  |  |  |  |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  |  |  |  | 120 | 8 |
| **2** | Kultura i norma języka polskiego | E3 |  | 15 | 15 | W | 2 | 15 | 15 | W | 2 | 15 | 15 | W | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 90 | 6 |
| **3** | Praktyczna stylistyka | E3 |  |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 90 | 6 |
| **4** | Opracowanie tekstu użytkowego | E2 |  |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 4 |
| **5** | Język specjalistyczny (Media and marketing) | E6 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | W | 4 |  | 30 | W | 2 | 90 | 6 |
| **6** | Perswazja, erystyka i manipulacja w języku | Z |  |  |  |  |  |  | 30 | A | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **C** | **Moduł zajęć kierunkowych** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 615 | 59 |
| **1** | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 2 |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **2** | Teoria mediów | E2 |  | 30 |  |  | 2 | 30 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 4 |
| **3** | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **4** | Warsztat zawodowy dziennikarza | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 4 |
| **5** | Media społecznościowe | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | A | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **6** | Public relations i komunikacja społeczna | E3 |  |  |  |  |  |  | 30 | A | 2 |  | 30 | A | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 4 |
| **7** | Zarządzanie systemami reklamy ppc | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 45 | Pr | 6 |  |  |  |  | 45 | 6 |
| **8** | Podstawy projektowania stron internetowych | E2 |  |  | 30 | L | 3 |  | 30 | L | 3 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 6 |
| **9** | Obieg informacji oraz systemy CRM | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 |  | 3 | 30 | 3 |
| **10** | Promocja marki | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **11** | Planowanie strategii marketingowej z podstawami analityki | Z |  |  | 30 | Pr | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **12** | Marketing i badania marketingowe | E2 |  | 15 | 15 | A | 2 | 15 | 15 | A | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 60 | 4 |
| **13** | Podstawy organizacji w biznesie | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | A | 2 | 30 | 2 |
| **14** | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | S | 5 |  | 30 | S | 11 | 60 | 16 |
| **D** | **Grupa przedmiotów do wyboru:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **D1** | **CONTENT CREATOR** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **540** | **46** |
| **1** | Język obcy | E 2,4 |  |  | 105 | W | 7 |  | 105 | W | 7 |  | 60 | W | 4 |  | 60 | W | 4 |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 | 390 | 26 |
| **2** | Content marketing | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **3** | Newsletter i mailing | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **4** | Projekty graficzne | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **5** | Analityka w Social Mediach | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **6** | Tworzenie i aktualizacja fanpage (w tym youtube) | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **D2** | **Specjalista SEM** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **540** | **46** |
| **1** | Język obcy | E 2,4 |  |  | 105 | W | 7 |  | 105 | W | 7 |  | 60 | W | 4 |  | 60 | W | 4 |  | 30 | W | 2 |  | 30 | W | 2 | 390 | 26 |
| **2** | Linkbuilding | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **3** | Algorytmy wyszukiwarek | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **4** | Optymalizacja stron | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **5** | Analityka SEM | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **6** | Audyt kampanii marketingowej | Z |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | Pr | 4 |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 4 |
| **D4** | **w zakresie praktyk:** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **1** | praktyka zawodowa |  |  |  |  |  |  |  | | |  | 5 tygodni | | | 6 | 8 tygodni | | | 12 | 4 tygodnie | | | 5 | 7 tygodni | | | 10 | 960 | 33 |
| **E** | **Grupa przedmiotów wprowadzających** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | **45** | **3** |
| **1** | Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) | Z |  | 30 |  |  | 2 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 30 | 2 |
| **2** | Logika - analiza tekstu i argumentacja | Z |  |  | 15 | Wa | 1 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 15 | 1 |
| **Suma Moduł 1** | |  |  | **120** | **375** |  | **32** | **75** | **345** |  | **27** | **15** | **285** |  | **30** | **0** | **240** |  | **32** | **0** | **255** |  | **30** | **0** | **150** |  | **30** | **1860** | **181** |
| **Ogółem** | |  |  | **495** | | | | **420** | | | | **300** | | | | **240** | | | | **255** | | | | **150** | | | | **1860** | **181** |
| **Suma moduł 2** | |  |  | **120** | **375** |  | **32** | **75** | **345** |  | **27** | **15** | **285** |  | **30** | **0** | **240** |  | **32** | **0** | **255** |  | **30** | **0** | **150** |  | **30** | **1860** | **181** |
| **Ogółem** | |  |  | **495** | | | | **420** | | | | **300** | | | | **240** | | | | **255** | | | | **150** | | | | **1860** | **181** |

Pr - ćwiczenia projektowe A - Ćwiczenia audytoryjne W - ćwiczenia warsztatowe L - ćwiczenia laboratoryjne

# Karty przedmiotów

# A. Moduł zajęć ogólnych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Ochrona własności intelektualnej A1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Protection of intellectual property |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 pkt ECTS |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | I i II |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr Jacek Kraś |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Przyswojenie podstawowych zagadnień z zakresu prawa własności intelektualnej, w tym przede wszystkim prawa autorskiego. Zapoznanie studentów z podstawowymi regulacjami prawnymi dotyczącymi własności intelektualnej, w tym przede wszystkim prawa autorskiego. Przybliżenie zagadnień związanych z odpowiedzialnością prawną związaną z naruszeniem prawa autorskiego. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | stacjonarne – ćwiczenia audytoryjne 30 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.A1.K\_W.01 | Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady prawa własności intelektualnej. | | | MI\_W04 | ćwiczenia audytoryjne | | Sprawdzian pisemny,  Odpowiedź ustna | |
| MI.A1.K\_U.01 | Dotrzymuje tempa zmianom otoczenia prawnego związanego z działalnością zawodową. Postrzega swój rozwój w perspektywie przemian społecznych. | | | MI\_U08 | ćwiczenia audytoryjne | | Sprawdzian pisemny,  Odpowiedź ustna | |
| MI.A1 K\_K.01 | Rozumie konieczność przestrzegania etycznych wzorów postępowania w zawodzie. | | | MI\_K04 | ćwiczenia audytoryjne | | Sprawdzian pisemny,  Odpowiedź ustna | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie ogólne  praca w bibliotece  **w sumie:**  ECTS | | | | 12  12  24  1 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  10  0,5 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**   1. Źródła prawa własności intelektualnej 2. Podstawowe pojęcia związane z ochroną własności intelektualnej 3. Wybrane zagadnienia z zakresu prawa autorskiego (m.in. utwór, rodzaje utworów, prawa autorskie majątkowe i osobiste, współtwórczość, ochrona wizerunku, prawa pokrewne) 4. Odpowiedzialność prawna naruszających prawo autorskie 5. Podstawowe zagadnienia związane z problematyką nieuczciwej konkurencji |
| **Metody i techniki kształcenia:** | **Metody dydaktyczne:**  **-** wykład, dyskusja  - analiza przykładów |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Sprawdzian pisemny, odpowiedź ustna |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa:  Sprawdzian pisemny – 50%, Odpowiedź ustna 50% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy komunikacji społecznej na poziomie szkoły ponadpodstawowej. |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Prawo własności intelektualnej,* red. J. Sieńczyło-Chlabicz*,* Wolters Kluwer, Warszawa 2015. 2. M. Rojewski, *Ochrona własności intelektualnej,* PWSZ Skierniewice, Skierniewice 2012. 3. B. Kurzępa, *Ochrona własności intelektualnej,* Towarzystwo Naukowe, Toruń 2010. 4. *Ochrona własności intelektualnej,* red. P. Stec,BRANTA, Bydgoszcz 2011. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Ergonomia i BHP A2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Ergonomics and OHS |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | język polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr inż. Bernadeta Rajchel |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Problematyka ergonomicznej i bezpiecznej pracy. Ocena ryzyka zawodowego, Przepisy prawne dotyczące BHP. Zarządzanie BHP. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykład – 15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.A2.K\_W01 | definiuje główne pojęcia dotyczące ergonomii i bezpieczeństwa pracy | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| MI.A2.K\_W02 | omawia podstawowe cechy materialnego środowiska pracy | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| MI.A2.K\_W03 | potrafi ocenić stanowisko pracy pod względem obowiązujących przepisów prawnych w zakresie BHP | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| MI.A2.K\_U01 | dokonuje oceny ryzyka zawodowego wybranego zawodu | | MI\_U01 | wykład | | kolokwium | |
| MI.A2.K\_K11 | rozumie ważność pozatechnicznych aspektów i skutków działalności zawodowej i odpowiedzialności za podejmowane decyzje | | MI\_K01 | wykład | | dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  0,6 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | wykonanie oceny ryzyka zawodowego  przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  10  0,4 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | praca praktyczna samodzielna  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  0,2 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Ergonomia – definicja, przedmiot ergonomii, rodzaje, zastosowanie. Wybrane czynniki ergonomiczne w kształtowaniu środowiska pracy. Badania ergonomiczne. Ocena ryzyka zawodowego. Elementy bezpieczeństwa i ochrony pracy. Obciążenia człowieka pracą. Materialne warunki pracy. Wypadki przy pracy. Prawne aspekty ochrony i bezpieczeństwa pracy. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy. Ergonomia i BHP w zawodzie inżyniera środowiska. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład, dyskusja, studium przypadku. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | - |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | - |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa przedmiotu to ocena z kolokwium zaliczeniowego, biorąc pod uwagę aktywność i obecność na zajęciach.  Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny jest odbycie szkolenia wstępnego BHP w ramach Dni Adaptacyjnych przed rozpoczęciem I roku studiów. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | - |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Odbyte 4 h szkolenia wstępnego BHP, realizowanego podczas Dni Adaptacyjnych (poza godzinami wynikającymi z planu studiów).  Ogólna znajomość stanowiskowych instrukcji roboczych z zakresu realizowanych zajęć laboratoryjnych w trakcie studiów. |
| **Zalecana literatura:** | 1. E. Kowal, *Ekonomiczno-społeczne aspekty ergonomii,* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2002 2. A. Białas, *Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie.* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2006 3. B. Rączkowski, *BHP w praktyce*, Wyd. ODDK, Gdańsk 2010 4. Kodeks pracy i inne akty prawne aktualne. 5. Strony internetowe instytucji związanych z BHP 6. Publikacje związane z ergonomią i BHP na różnych stanowiskach pracy, głównie dot. Stanowisk instalatorskich – drukowane i on-line. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wychowanie fizyczne A3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Physical education |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 0 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I i II |
| **Koordynator przedmiotu:** | mgr Grzegorz Sobolewski |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podniesienie lub utrzymanie możliwie wysokiego poziomu wydolności fizycznej, sprawności motorycznej, koordynacji ruchowej. Przygotowanie studenta do czynnego uczestnictwa w kulturze fizycznej poprzez popularyzowanie i trwałe zainteresowanie aktywnymi sposobami wykorzystania czasu wolnego. Ukształtowanie pożądanych postaw osobowościowych niezbędnych do prowadzenia zdrowego stylu życia. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Sem.1- ćw. praktyczne 30 godz.  Sem.2- ćw. praktyczne 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu- | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Efekt kierunkowy | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.A3.K\_W01 | zna zasady bezpiecznego korzystania z obiektów sportowych i sprzętu sportowego | |  | ćwiczenia | | Frekwencja i aktywność na zajęciach | |
| MI.A3.K\_W02 | zna zasady przygotowania organizmu do wysiłku fizycznego | |  |
| MI.A3.K\_W03 | zna znaczenie higieny osobistej po zajęciach sportowych | |  |
| MI.A3.K\_U01 | posiada umiejętność kształtowani postaw sprzyjających aktywności fizycznej na całe życie | | K\_U17 |
| MI.A3.K\_K01 | dostrzega potrzebę ciągłej aktywności ruchowej przez całe życie | | K\_K04 |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 0 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | 30 + 30  **w sumie:**  ECTS | | | 60  60  0 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | 0  0  0 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | 0  0  0 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | W ramach zajęć wychowania fizycznego studenci mają do wyboru formę zajęć spośród oferty: pływania, aerobiku, tenisa stołowego, badmintona, kulturystyki, tańców, zespołowych gier sportowych (piłka siatkowa, koszykowa, nożna halowa, unihokej) oraz łyżwiarstwa i turystyki pieszej, rowerowej form obozów letnich – wodnych i obozów zimowych narciarskich, a dla osób czasowo lub stale niezdolnych do wyżej wymienionych zajęć organizowane są zajęcia korekcyjno-wyrównawcze i inne formy dostosowane do studenta.  Studenci bez przeciwskazań zdrowotnych biorą udział w badaniach wydolnościowych (bip test) wraz z pomiarem tętna na sportesterze i pomiar składu masy ciała (waga) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Ćwiczenia praktyczne. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Aktywny udział studenta w zajęciach. Podstawą zaliczenia jest frekwencja na zajęciach |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obowiązek aktywnego uczestnictwa studenta we wszystkich formach zajęć |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 100 % frekwencja lub jedna nieobecność w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 5.0  Dwie nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 4.0  Trzy nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 3.0  Cztery i więcej nieobecności w semestrze - brak zaliczenia 2.0 |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Student ma możliwość odrobienia zajęć na innych formach według harmonogramu zajęć wychowania fizycznego |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Stan zdrowia umożliwiający udział w wybranej formie zajęć |
| **Zalecana literatura:** |  |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do studiowania A4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to studying |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr W. Gruchała |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Student zapoznaje się ze strukturą uczelni, zasadami komunikacji wewnątrz uczelni, z pragmatyką studiowania, psychologicznymi aspektami procesu uczenia się. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15h - ćwiczenia audytoryjne | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| **MI.A4.K\_W01** | Poznał podstawowe zasady czytania ze zrozumieniem (czytanie globalne, czytanie ukierunkowane na cel, czytanie skoncentrowane wokół tematu). Przyswoił sobie zasady prowadzenia i korzystania z notatek. | | MI\_W02 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **MI.A4.K\_W02** | Zna zasady komunikowania się w relacji student – dydaktyk (zasada zwracania się z wykorzystaniem funkcji i stopni naukowych kadry dydaktycznej i pracowników administracji oraz obsługi) w kontakcie osobistym, telefonicznym czy mailowym. Przyswoił sobie zasady aktywnego uczestnictwa w wykładach i zajęciach audytoryjnych. Zna zasady aktywnego słuchania oraz zalety komunikacji dwustronnej. Zna podstawowe techniki zapamiętywania wiedzy i struktur ruchowych. Potrafi kierować procesami uwagi oraz uczenia się. Potrafi określić czynniki sprzyjające procesowi uczenia się. Zna własny indywidualnego styl ucznia się. Zna wpływ motywacji na poziom działania. Potrafi formułować cele życiowe w sposób, który motywuje do wytrwałości i konsekwencji w uczeniu się oraz działaniu. Dokonuje indywidualnej analizy typowych zachowań studenta w sytuacji stresu psychologicznego i fizjologicznego. Zna skuteczne metody radzenia sobie w sytuacjach trudnych. | | MI\_W04 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **MI.A4.K\_W03** | Zna schemat organizacyjny PWSZ im. Stanisława Pigonia w Krośnie oraz regulamin studiowania z zaakcentowaniem praw i obowiązków studentów. Zna zasady przyznawania różnych form pomocy materialnej. Przyswoił sobie ofertę uczelni w zakresie rozwijania indywidualnych zainteresowań. | | MI\_W06 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **MI.A4.K\_U01** | Posiada umiejętność skutecznej komunikacji bezpośredniej, mailowej w różnorodnych relacjach interpersonalnych (student – dydaktyk, student – student). Potrafi zastosować w praktyce zasady aktywnego uczestnictwa w zajęciach dydaktycznych, czytania ze zrozumieniem, sporządzania i korzystania z notatek | | MI\_U03 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **MI.A4.K\_U02** | Rozumie i wprowadza w życie zasadę uczenia się permanentnego, w sposób świadomy kieruje swoim rozwojem intelektualnym, emocjonalnym i społecznym | | MI\_U08 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **MI.A4.K\_K01** | Potrafi stawiać sobie cele życiowe w sposób motywujący do wytrwałego i konsekwentnego działania. | | MI\_K03 | ćwiczenia audytoryjne | analiza aktywności oraz podsumowanie ankiet, testów wykonywanych podczas zajęć | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | **Ćwiczenia audytoryjne**  **w sumie:**  ECTS1 | | | | 15  1 |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **Przygotowanie do quizu**  **w sumie:**  ECTS | | | | 5 |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | |  |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady:  1. Przedstawienie schematu organizacyjnego PWSZ im. Stanisława Pigonia w Krośnie (władze uczelni, instytuty, zakłady, kierunki kształcenia). Omówienie regulaminu studiowania z zaakcentowaniem praw i obowiązków studentów. Przedstawienie zasad przyznawanie różnych form pomocy materialnej. Zachęcanie studentów do aktywnego udziału w życiu studenckim uczelni (praca w kołach naukowych, udział w zajęciach zespołu tanecznego, chóru uczelnianego, udział w rajdach, wyjazdach, juwenaliach itp.)  2. Omówienie zasad komunikowania się w relacji student – dydaktyk (zasada zwracania się z wykorzystaniem funkcji i stopni naukowych kadry dydaktycznej i pracowników administracji oraz obsługi) w kontakcie osobistym, telefonicznym czy mailowym.  3. Przedstawienie podstawowych zasad czytania ze zrozumieniem (czytanie globalne, czytanie ukierunkowane na cel, czytanie skoncentrowane wokół tematu). Omówienie zasad aktywnego słuchania oraz zasad prowadzenia notatek.  4. Omówienie podstawowych technik zapamiętywania wiedzy i struktur ruchowych. Przedstawienie mechanizmów kierowania procesami uwagi oraz uczenia się. Analiza czynników sprzyjających procesowi uczenia się. Ustalenie przez studentów własnego indywidualnego stylu ucznia się.  **5.** Przedstawienie wpływu motywacji na poziom działania. Omówienie zasad formułowania celów życiowych motywujących do wytrwałości i konsekwencji w uczeniu się oraz działaniu. Analiza typowych zachowań studenta w sytuacji stresu psychologicznego i fizjologicznego. Ustalenie skutecznych metod radzenia sobie w sytuacjach trudnych. Omówienie bezpieczeństwa i higieny pracy. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | **WYKŁADY:** podające (wykład w oparciu o prezentacje multimedialne), eksponujące, aktywizujące (dyskusja dydaktyczna), testy, ankiety psychologiczne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 90 %  Aktywność podczas zajęć, wykonanie pisemnych prac (ankiety, testy) podczas wykładów 10% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | **Zalecana literatura:**  1. E. Czerniawska, M. Ledzińska, *Jak się uczyć?,* Wyd. Szkolne PWN, Warszawa 2009.  2. G. Dryden, J. Vos, *Rewolucja w uczeniu się,* Zysk i Ska , Warszawa 2004.  **Literatura uzupełniająca:**  1. E. Czerniawska, M. Ledzińska, *Psychologia nauczania,* PWN, Warszawa 2011. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wykłady tematyczne A5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Thematic lectures |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 pkt. ECTS |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Piotr Łopatkiewicz |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| dzieje architektury Polski i regionu, historia najnowsza, wybrane aspekty współczesnej literatury, cywilizacyjne zagrożenia i szanse dla środowiska; umiejętność rozumienia i interpretacji wybranych zjawisk w zakresie dziedzictwa architektonicznego, najnowszej historii i literatury polskiej, lub zagrożeń cywilizacyjnych dla środowiska | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład -15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.A5.K\_W01 | student zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty i zjawiska związane z historią architektury Polski i regionu, procesy zachodzące w obrębie historii najnowszej, procesy zachodzące w obrębie literatury najnowszej, lub cywilizacyjne zagrożenia dla środowiska | | MI\_W01 | Wykład | | Ocena z kolokwium pisemnego ograniczonego czasowo | |
| MI.A5.K U­\_01 | student potrafi samodzielnie planować i organizować własne uczenie się przez całe życie i w zakresie tym właściwie interpretować: zjawiska w zakresie dziedzictwa architektonicznego człowieka, zjawiska zachodzące we współczesnej historii Polski, zjawiska zachodzące w literaturze najnowszej, lub zjawiska zachodzące w środowisku przyrodniczym oraz identyfikować zagrożenia związane z dziedzictwem kulturalnym i środowiskiem. | | MI\_U08 | Wykład | | Ocena z kolokwium pisemnego ograniczonego czasowo | |
| MI.A5.K\_K01 | student jest gotów do świadomej odpowiedzialności za zachowane dziedzictwo kulturowe i przyrodnicze regionu, kraju oraz Europy, rozumie ponadto potrzebę przekazywania społeczeństwu informacji i opinii dotyczących szeroko rozumianej humanistyki, kultury oraz osiągnięć techniki inżynierskiej | | MI\_K02 | Wykład | | Samoocena studenta | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1 pkt. ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,7 pkt.** | | 10  **10**  **0,5 pkt.** |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,3** | | 15  **15**  **0,5** |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | |  | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Problematyka poszczególnych wykładów tematycznych  (bloki tematyczne do wyboru)**  Wykład tematyczny: **Architektura Polski i regionu**  Prowadzący: **dr Piotr Łopatkiewicz**  1. Początki architektury na ziemiach polskich, architektura przedromańska i romańska (X-XII w.)  2. Architektura gotycka w Polsce, zróżnicowania regionalne, najważniej-sze przykłady w regionie (XIII-XV w.)  3. Architektura okresu Renesansu w Polsce oraz czołowe realizacje tej w regionie (XVI w.)  4. Barok i rokoko w architekturze na ziemiach polskich, zróżnicowania regionalne, ważniejsze przykłady w regionie (XVII-XVIII w.)  5. Architektura nowoczesna na ziemiach polskich: klasycyzm, historyzm, secesja i modernizm (2. poł. XVIII-XX w.)  Wykład tematyczny: **Historia współczesna regionu**  Prowadzący: **mgr Jerzy Świst**  1. Zmiana wschodniej granicy RP i jej skutki dla naszego regionu.  2. Zbrojne podziemie ukraińskie - UPA.  3. Akcja „Wisła” - przyczyny, przebieg, skutki.  4. Stosunki państwo - Kościół: kard. Wyszyński, abp Tokarczuk, abp Michalik.  5. Zróżnicowanie religijne i etniczne naszego regionu.  Wykład tematyczny: **Literatura współczesna**  Prowadzący: **dr Wojciech Gruchała**  1. Postmodernizm, posthumanizm, czyli wszystko już było. Próba wejścia w świat sztuki, która daje świadectwo klęski człowieka i wynika z niewiary w możliwość stworzenia czegoś istotnie nowego. Jest to też spojrzenie na proces rozpadu jednostki ludzkiej w obliczu działania rynku oraz nowych technologii i totalitarnych ideologii.  2. Człowiek przeciw maszynie. Czy maszyny przejmą nad nami kontrolę? Kiedy zamienimy się w automaty? Współczesność jako spełniająca się antyutopia – Huxley, Orwell, Lem.  3. Śmierć starego subiekta. Powszechna niechęć do tej części *Lalki* Prusa jest sygnałem odejścia od pewnego rodzaju bohatera literackiego i rozumienia posłannictwa literatury. Poczytność zaś zyskały sagi o wampirach, zbrodniarzach i ludziach półświatka.  4. Miłość, sex i kasety wideo. Problem płci i miłości w najnowszej literaturze. O starych problemach i nowych tabu.  5. Imperium. Zagłada i wojna jako temat sztuki. W kręgu teorii kolonialnej i rozważań o „masowej produkcji” śmierci.  Wykład tematyczny: **Cywilizacyjne zagrożenia i szanse dla środowiska**  Prowadzący: **doc. dr inż. Rymar**  **1.** Możliwości rozwoju geoturystyki w obrębie Pogórza Karpackiego.  **2.** Możliwości wykorzystania wód mineralnych dla celów gospodarczych w obszarach dawnych kopalni naftowych.  **3.** Z historii badań geologicznych Pogórza Karpackiego.  **4.** Geoinformacja przestrzenna w dokumentowaniu osadnictwa wiejskiego Doliny Sanu w początkach XX w.  **5.** Geologia inżynierska i geotechnika w świetle uwarunkowań norm EUROKOD 7.  **6. Człowiek – przestrzeń – środowisko geologiczne.**  **7.** Osuwiska i powodzie jako element zagrożeń środowiskowych.  **8.** Rozwój warsztatu rysunkowego polskiego inżyniera w oparciu o działalność architektoniczną Jana Sasa-Zubrzyckiego.  **9.** Techniki i technologie intensyfikacji wydobycia węglowodorów. Historia i współczesność (tematyka eksploatacji gazu ze złóż łupkowych). |
| **Metody i techniki kształcenia:** | **- metody podające:** wykład informacyjny, objaśnienie lub wyjaśnienie  **- metody problemowe:** wykład problemowy, wykład konwersatoryjny, dyskusja dydaktyczna |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem zaliczenia przedmiotu i dopuszczenia do kolokwium zaliczeniowego jest minimum 50% frekwencji na wykładach. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na wykładach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja na wykładach: maks. 50 pkt.  2. Kolokwium zaliczeniowe: maks. 50 pkt.  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | **Architektura Polski i regionu**  J. Kębłowski, *Dzieje sztuki polskiej*, Warszawa 2000.  **Historia współczesna:**  A. Dybkowska, J. i M. Żaryn, *Polskie dzieje*, Wyd. PWN, Warszawa 2002.  J. Topolski, *Historia* Polski, Warszawa 2004.  **Inne publikacje –** zgodnie z zaleceniami poszczególnych wykładowców |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy Kultury Współczesnej A6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to modern culture |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr J. Kułakowska-Lis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Treści uczenia się koncentrują się wokół kluczowych dla kultury XXI wieku pojęć określających tożsamość człowieka ponowoczesnego. Stanowią tym samym wprowadzenie do złożonego systemu kultury uwikłanej w zależności ekonomiczne, globalną politykę, media i tradycyjne zagadnienia socjologii i humanistyki. Celem przedmiotu jest przygotowanie słuchaczy do świadomego i czynnego udziału w kulturze; kształtowanie pożądanych społecznie postaw i zachowań cechujących przyszłe elity zawodowe i intelektualne, rozbudzenie wrażliwości etycznej i estetycznej; rozwinięcie pożądanych w życiu zawodowym sprawności komunikacyjnych, aktywizacja w zakresie uczestnictwa w kulturze współczesnej. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń audytoryjnych | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| **MI.A6.K\_W01** | ma podstawową wiedzę z zakresu kultury współczesnej polskiej i obcej, umie rozpoznać jej przejawy, nurty i najbardziej charakterystyczne cechy, zwraca uwagę na nowe formy kultury audiowizualnej i przejawy zachowań społecznych | | MI\_W02 | ćwiczenia audytoryjne | Test końcowy |
| **MI.A6.K\_W02** | ma wiedzę na temat oczekiwanych w życiu zawodowym kompetencji społecznych i kulturowo-komunikacyjnych, zna i rozumie reguły etykiety, rozumie mechanizmy kontaktów | | MI\_W04 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_W03** | student ma wiedzę na temat pożądanych społecznie i utrwalonych w polskiej kulturze wzorców zachowań obowiązujących w różnych okolicznościach oficjalnych, zawodowych i towarzyskich; szczególnie w aspekcie komunikacyjnym | | MI\_W01 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_U01** | potrafi analizować i oceniać przejawy współczesnej kultury, rozpoznawać strategie komunikacyjne | | MI\_U01 | ćwiczenia audytoryjne | Praca interpretacyjna |
| **MI.A6.K\_U02** | słuchacz potrafi zachować się stosownie do obowiązujących w polskim obyczaju towarzyskim i zawodowym reguł; umie wykorzystać posiadaną kompetencję kulturowo-komunikacyjne w różnych okolicznościach życia studenckiego, w kontaktach służbowych, ogólnych i prywatnych. | | MI\_U03 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_U03** | potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę z zakresu form komunikacji i kultury języka w życiu codziennym i w przyszłej pracy zawodowej i aktywności społecznej. | | MI\_U02 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_K01** | Krytycznie ocenia estetykę komunikatu werbalnego oraz doskonali własne standardy grzeczności w utrzymaniu relacji społecznych i zawodowych | | MI\_K01 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_K02** | troszczy się o odpowiedni poziom stosunków międzyludzkich w miejscu pracy, potrafi porozumiewać się i współpracować w grupie | | MI\_K02 | ćwiczenia audytoryjne | informacja zwrotna w czasie zajęć |
| **MI.A6.K\_K03** | student wykazuje gotowość szerzenia wzorów dobrego zachowania (kultury osobistej) i językowej poprawności (kultury języka) student wykazuje troskę o zachowanie dziedzictwa narodowego i odpowiedni poziom kultury osobistej w środowisku własnym i zewnętrznym. | | MI\_K03 | ćwiczenia audytoryjne | Dowód uczestnictwa w wydarzeniu kulturalnym |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | 2 | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | **Wykład**  **w sumie:**  ECTS | 30  1 |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | Lektura  Przygotowanie do testu  **w sumie:**  ECTS | 10  10  1 |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | **interpretacja tekstu kultury udział w wydarzeniu kluturalnym**  **w sumie:**  ECTS | 5  5  0,5 |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Kultura współczesna i jej przejawy. Kultura awangardowa, popularna i masowa w stosunku do społeczeństwa.  2. Język mediów i reklamy – strategie komunikacyjne, metody perswazji  3. Wiedza o komunikacji społecznej, manipulacja, propaganda a społeczeństwo informacyjne.  4. Rola mediów i nowych kanałów komunikacyjnych w tworzeniu wspólnot kulturowych  5. Komunikacja interpersonalna w dobie Internetu (portale społecznościowe, itp.) a kształtowanie się tożsamości ponowoczesnej  6. Aktualne zjawiska we współczesnej kulturze polskiej i światowej (literatura, film, teatr, muzyka) – ku świadomej aktywności.  7. Kultura osobista i kultura języka |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia z elementami wykładu, prezentacji i wykorzystaniem materiałów audiowizualnych |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta jest obowiązkowa, w czasie zajęć oczekiwana jest aktywna postawa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 50% obecności, 50% praca zaliczeniowa lub test |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | dopuszczalna jest jedna nieobecność, każda kolejna powinna być odrobiona poprzez lekturę wskazanej literatury przedmiotu lub uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym lub innym działaniu istotnym dla społeczeństwa. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** |  |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów*, red. Andrzej Mencwel, Warszawa 2003.  2. *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze*, red. A. Kłoskowska, Wrocław 1991  3. Nowicka E., *Świat człowieka – świat kultury*, Warszawa 2006.  4. Rojek, T. *Polski savoir-vivre*, Warszawa 1984.  5. Strinati, D. *Wprowadzenie do kultury popularnej*, Poznań 1998. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Przedsiębiorczość A7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Enterpreneurship |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | język polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr inż. Małgorzata Górka |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Istota przedsiębiorczości i funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Mechanizmy i zasady gospodarki rynkowej. Zasady prowadzenia działalności gospodarczej. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćw. projektowe - 15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.A7.K\_W01 | definiuje podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorczości i jej rodzajów | | MI\_W07 | ćw. projektowe | | kolokwium | |
| MI.A7.K\_W02 | zna podstawowe regulacje i formy organizacyjno-prawne dotyczące zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej | | MI\_W06 | ćw. projektowe | | kolokwium | |
| MI.A7.K\_U01 | posiada umiejętność wyszukiwania informacji dotyczących zakładania firmy, szans i ryzyka związanego z jej prowadzeniem | | MI\_U01 | ćw. projektowe | | wykonanie zadania | |
| MI.A7.K\_02 | potrafi wykonać uproszczony biznes plan przedsiębiorstwa | | MI\_U02 | ćw. projektowe | | wykonanie zadania | |
| MI.A7.K\_01 | potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy | | MI\_K03 | ćw. projektowe | | zaangażowanie w pracę | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  0,5 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie projektu  przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 15  5  20  0,5 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | 1 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Pojęcie, typy i znaczenie przedsiębiorczości. Istota i rodzaje działalności gospodarczej. Rynek – cechy i funkcje. Instytucjonalne formy wspierania przedsiębiorczości. Formy organizacyjno-prawne podmiotów gospodarczych. Problemy zarządzania przedsiębiorstwem – zarządzanie strategiczne, finanse, innowacje, zarządzanie procesami, zarządzanie zmianą. Źródła finansowania działalności. Rola przedsiębiorczości w rozwoju gospodarki. Przedsiębiorca w gospodarce rynkowej.  Cechy charakteryzujące osobę przedsiębiorczą. Rozwijanie przedsiębiorczości. Cechy, umiejętności i zachowania wspomagające rozwój zawodowy człowieka. Metodyka przygotowania biznes planu oraz informacji i podstawowych danych w nim zawartych. Cechy i zakres biznes planu – przygotowanie biznes planu. Procedura zakładania firmy. Czynniki określające efektywność działań przedsiębiorczych.  Identyfikacja szans przedsiębiorczych i ryzyko związane z prowadzeniem działalności. Analiza wybranego przedsiębiorstwa działającego w regionie – studium przypadku. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład, ćwiczenia projektowe, dyskusja, praca w grupie. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | - |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | - |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena końcowa przedmiotu to średnia arytmetyczna ocen z kolokwium zaliczeniowego i wykonanych zadań, biorąc pod uwagę aktywność i obecność na zajęciach. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | - |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. T. Piecuch, *Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne*, Wydawnictwo C.H. Beck Warszawa, 2010. 2. K. Opolski, K. Waśniewski, *Biznes plan: jak go budować i analizować*? CeDeWu, Warszawa, 2007. 3. A. Tokarski, M. Tokarski, J. Wójcik, *Biznesplan w praktyce,* CeDeWu Wydawnictwa fachowe, Warszawa 2007. 4. *Przedsiębiorczość intelektualna i technologiczna XXI wieku,* red. M. Bąk, Wyd. KIG, Warszawa 2009. |

# B. Moduł zajęć podstawowych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat pisania twórczego B1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Creative wiriting |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 8 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 2–5 |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr Joanna Kułakowska-Lis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Ćwiczenia stylu, znajomość zasad gatunkowych, wyczucie stylistyczne, skuteczność oddziaływania na czytelnika, umiejętności przydatne do tworzenia różnorodnych tekstów przydatnych w przyszłej pracy zawodowej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe120 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.B1.K\_W01 | posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu językoznawstwa i stylistyki oraz kultury języka polskiego, którą potrafi zastosować przy tworzeniu tekstów | | MI\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  egzamin | |
| MI.B1.K\_W02 | w stopniu zaawansowanym zna zasady komunikacji językowej, rozumie potrzeby odbiorców kultury | | MI\_W04 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  egzamin | |
| MI.B1.K\_W03 | zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej | | MI\_W06 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  egzamin | |
| MI.B1.K\_U01 | student potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje przydatne do tworzenia tekstów, umie poddać analizie materiał językowy, a także analizować teksty dostępne w przestrzeni publicznej, | | MI\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  egzamin | |
| MI.B1.K\_U02 | potrafi tworzyć teksty i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych technologii | | MI\_U03 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B1.K\_K01 | student potrafi krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych, współpracuje z członkami zespołu | | MI\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B1.K\_K02 | jest odpowiedzialny za słowo, aktywnie włącza się w komunikację obywatelską | | MI\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **pkt. 8 ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 120  **120**  **5 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 75  **3 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 120  5 pkt | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Projektowanie, tworzenie i redagowanie tekstów w różnych gatunkach  Analiza kształtu językowo-stylistycznego i edytorskiego tekstu  Problematyka spójności tekstu, kohezja i koherencja. Metatekst i intertekst.  Kompozycyjna redagowanego tekstu. Streszczanie i poszerzanie tekstu  Tworzenie różnych form tekstu (opowiadanie, opis, esej, reportaż itp.)  Narracja, konstruowanie postaci  Tworzenie tekstu w różnych stylach wypowiedzi i różnych konwencjach (parafraza, parodia)  Teoria procesu twórczego  Analiza tekstu literackiego |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 40 pkt.  3. egzamin maks. 30 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. J. Dąbała, *Tajemnica i suspens. Wokół głównych problemów Creative writing*, Lublin 2004. 2. J. Maćkiewicz, *Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu*, Warszawa 2010 3. C. Handley, C. Chapman, *Treść jest kluczowa*, Gliwice 2012 4. D. V. Swain, *Jak pisać żeby publikować*, przeł. M. Burdzy-Barrington, Warszawa 2010. 5. *Sztuka pisania. Tajemnice warsztatu pisarstwa odsłaniają: Ernest Hemingway, John Steinbeck, Kurt Vonnegut i inni*, przeł. J. Mach, Łódź 1997. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Kultura i norma języka polskiego B2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Cultural and formal language awareness |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 6 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 1-3 |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr hab. prof. PWSZ Kazimierz Sikora |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Przedmiot zajmuje się kształceniem kompetencji językowo-komunikacyjnej w zakresie kultury języka i etyki słowa. Służy utrwalaniu nawyków estetycznego, poprawnego i funkcjonalnego budowania wypowiedzi w mowie i w piśmie. Uczy unikania językowych błędów i rozumnej troski o język polski. Szczególny nacisk kładzie na problemy związane z funkcjonowaniem języka w przestrzeni publicznej i internetowej. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład 45 godz.  Ćwiczenia praktyczne 45 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.B2.K\_W01 | Ma uporządkowaną, przydatną zawodowo wiedzę z zakresu językoznawstwa, szczególnie podstaw gramatyki opisowej i lingwistyki normatywnej, pozwalającą na samodzielną ocenę współczesnych zjawisk językowych, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji komunikacyjnej, reguł językowej poprawności i etykiety językowej oraz znajomości dyskursu publicznego. | | K\_W01  K\_W05 | Wykład ćwiczenia praktyczne | | Kolokwium semestralne pisemne (na ocenę w sem. 1 i 3)  Zaliczenie roczne (po 2 sem.) na podstawie pracy rocznej i indywidualnej prezentacji  Egzamin końcowy  Ćwiczenia sprawdzające | |
| MI.B5.K\_W01 | Zna podstawową terminologię używaną w badaniach językoznawczych oraz w sferze zjawisk kulturowych, umie w sposób przystępny wyjaśniać przyczyny potknięć językowych. | | K\_W01  K\_W02  K\_W05 | Wykład  ćwiczenia praktyczne | | Kolokwium semestralne pisemne (na ocenę w sem. 1 i 3)  Przedstawienie pracy rocznej i indywidualnej prezentacji (po 2 sem.)  Egzamin końcowy  Ćwiczenia sprawdzające i słownikowe | |
| MI.B5.K\_W05 | Ma podstawową wiedzę o roli normy językowej w kształtowaniu stylów komunikowania i przypisanych im gatunków tekstu (wypowiedzi). | | K\_W05  K\_W02  K\_W01 | Wykład | | Kolokwium semestralne pisemne (na ocenę w sem. 1 i 3)  Zaliczenie roczne (po 2 sem.)  Egzamin końcowy | |
| MI.B5.K\_W05 | Zna i rozumie zasady językowej grzeczności i netykiety, zwłaszcza w zakresie tworzenia tekstów i wypowiedzi w dyskursie publicznym. | | K\_W05  K\_W01  K\_W02 | ćwiczenia praktyczne | | Kolokwium semestralne pisemne Zaliczenie roczne  Końcowy egzamin  Ćwiczenia sprawdzające | |
| MI.B5.K\_U02 | Potrafi oceniać i analizować zjawiska językowe, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki błędów językowych i norm poprawnościowych współczesnej polszczyzny. | | K\_U02  K\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  ćwiczenia sprawdzające  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| MI.B5.K\_U04 | Umie ocenić poprawność tekstu, zwłaszcza pod względem zgodności z wymogami normy językowej i etyki słowa. | | K\_U04  K\_U05 | ćwiczenia praktyczne | | Grupowa praca z tekstem i dyskusja  ćwiczenia sprawdzające  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| **MI.B5.K\_U05** | Umie rzeczowo dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; umie przygotować wystąpienie ustne, zgodnie z zasadami kultury języka i etykiety. | | K\_U05  K\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Samodzielne przygotowanie pracy rocznej i prezentacji ćwiczenia z tekstem  recenzowanie prac innych studentów i dyskusja | |
| MI.B5.K\_K01 | Rozumie potrzebę rozwijania umiejętności językowych i troski o język ogólny jako najważniejszy element polskiej kultury. | | K\_K01  K\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | Zaangażowanie podczas zajęć | |
| MI.B5.K\_K02 | Rozumie społeczną funkcję komunikacji językowej i rolę poprawności i przestrzegania normy języka polskiego w życiu społecznym i relacjach publicznych. | | K\_K02  K\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Zaangażowanie podczas zajęć i dyskusji | |
| MI.B5.K\_K04 | Jest odpowiedzialny za słowo i dba o zachowanie polskiej tożsamości językowej oraz poszanowanie etyki słowa, netykiety i standardów kultury osobistej w nowych mediach cyfrowych. | | K\_K04  K\_K02 | Ćwiczenia praktyczne | | Zaangażowanie podczas zajęć i dyskusji na temat problemów współczesnej normy językowej  Przygotowanie indywidualnej prezentacji | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **6 pkt. ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | **45 (3pkt)**  **45 (3pkt)**  **6 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **1 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 90  6 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treści kształcenia:  Wykłady: 1. Zagadnienia teoretyczne kultury języka: definicje kultury języka, cele i zadania kultury języka; postawy wobec języka, polityka językowa i poradnictwo językowe. 2. Podstawowe pojęcia kultury języka: norma językowa i jej zróżnicowanie, uzus językowy, typy innowacji językowych, kryteria oceny innowacji językowych; definicja i klasyfikacja błędów językowych. 3. Norma językowa współczesnej polszczyzny: a) norma ortofoniczna i ortograficzna, poprawność gramatyczna (słowotwórcza, fleksyjna i składniowa) b) norma leksykalna: zagadnienia poprawności stylistycznej i leksykalnej (głównie w zakresie łączliwości wyrazów) c) norma komunikacyjna: etyka słowa, etykieta językowa, wzorce zachowań językowych, sytuacja komunikacyjna a stosowność tekstu.  Ćwiczenia (audytoryjne): 1. Błąd językowy a usterka. Ćwiczenia z zakresu rozpoznawania błędów językowych, ich właściwej klasyfikacji i korekty. 2. Wybrane zagadnienia z zakresu poprawności gramatycznej, stylistycznej i leksykalnej – praca z tekstem. 3. Błąd językowy jako element utrudniający komunikację interpersonalną na różnych poziomach i rejestrach języka. 4. Norma i kultura języka w różnych sytuacjach komunikacyjnych. 5. Ocena wartości stylistycznej i komunikacyjnej wybranych tekstów współczesnego dyskursu publicznego i medialnego. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład, wykład konwersatoryjny, ćwiczenia w analizie tekstów, ćwiczenia słownikowe, przygotowanie pracy rocznej i samodzielnej prezentacji, analiza poprawności tekstów dyskursu medialnego, dyskusja, dyskusja moderowana, kolokwium zaliczeniowe (semestr 1, 3) |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Semestralne zaliczenie na ocenę wymaga zaliczenia kolokwium. Warunkiem zaliczenia rocznego (po 2 semestrze) jest przedstawienie podlegającej ocenie pracy rocznej i indywidualnej prezentacji na wybrany temat. Stanowi to łącznie podstawę (wraz z uczęszczaniem na zajęcia) dopuszczenia do egzaminu końcowego.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | Zalecana literatura podstawowa:  1. H. Jadacka, *Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia,* Warszawa 2005.  2. T. Karpowicz, *Kultura języka polskiego. Wymowa, ortografia, interpunkcja,* Warszawa 2009.  3. A. Markowski, *Kultura języka polskiego. Teoria, zagadnienia leksykalne,* Warszawa, 2005.  4. J. Miodek, *Odpowiednie dać rzeczy słowo*, Wrocław 1987.  5. E. Polański, *Zasady pisowni i interpunkcji*, Warszawa 2008.  6. A. Cegieła, *Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa*, Warszawa 2014.  7. A. Wierzbicka, P. Wierzbicki, *Praktyczna stylistyka*, Warszawa 1968.  8. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2010.  9. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Ćwiczenia ze stylistyki*, Warszawa 2010.  Literatura uzupełniająca  1. D. Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, *Kultura języka polskiego*, tomy 1 i 2, Warszawa 1971, 1982.  2. H. Jadacka, A. Markowski, D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Poprawna polszczyzna. Hasła problemowe*, Warszawa 2008.  3. *O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny,* pod red. J. Miodka, Wrocław 1996.  4. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu,* Warszawa 2008.  5. W. Pisarek, *O mediach i języku,* Kraków 2007.  6. W. Pisarek, *Słowo między ludźmi*, Warszawa 2004.  7. *Polszczyzna na co dzień*, red. M. Bańko, Warszawa 2006.  8. *Polszczyzna płata nam figle*, pod red. J. Podrackiego, Warszawa 1991.  9. Słowniki języka polskiego (zwłaszcza poprawnościowe), Ustawa o języku polskim.  10. Poradnia językowa PWN (zasoby internetowe), wybrane hasła  11. Kubiak-Sokół A., *Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN*, Warszawa 2008. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Praktyczna stylistyka B3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Stylistics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 2, 3 |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr hab. prof. PWSZ Kazimierz Sikora |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| funkcjonowanie języka w przestrzeni społecznej i kulturowej, szczególnie w procesie komunikacji, różne odmiany języka (mówionego i pisanego), rejestry stylowe, jak też zdolności praktycznego wykorzystania nabytej wiedzy podczas samodzielnego tworzenia tekstów, takich jak: praca naukowa: rozprawka, esej, teksty użytkowe: podanie, życiorys, notatka, gatunki prasowe: reportaż, felieton, recenzja itp.; oraz umiejętności opisu i analizy tekstów pod względem normy stylistycznej i skuteczności (komunikacyjnej i perswazyjnej). | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe 60 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.B3.K\_W01 | ma uporządkowaną, użyteczną zawodowo, wiedzę z zakresu praktycznej stylistyki, podstaw językoznawstwa opisowego, pragmalingwistyki i językoznawstwa normatywnego, komunikacji językowej w wybranych, najważniejszych społecznie typach dyskursu. | | K\_W01  K\_W05 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwia cząstkowe (opanowanie literatury)  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B3.K\_W02 | Zna w stopniu zaawansowanym obowiązujące reguły komunikacji językowej i etykiety (w sferze społecznej, biznesowej i interpersonalnej, internetowej), zna paradygmat stylów użytkowych i należących do nich aktualnych współcześnie typów tekstów. | | K\_W01  K\_W02 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| MI.B3.K\_W02 | Ma wiedzę na temat gatunków medialnych i języka tzw. nowych mediów oraz tekstów kultury, jak też stylów poznawczych i komunikacyjnych jej odbiorców; rozumie potrzeby odbiorców kultury. | | K\_W02  K\_W05  K\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwia cząstkowe (opanowanie literatury)  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B3.K\_W06 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych w przestrzeni publicznej. | | K\_W06 | ćwiczenia warsztatowe | | kolokwium cząstkowe (opanowanie literatury)  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| MI.B3.K\_U01 | Potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje, czytając ze zrozumieniem krytycznie analizować różne teksty obecne w dyskursie publicznym, rozpoznając wyrażone w nich intencje komunikacyjne twórców. | | K\_U01  K\_U05 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| MI.B3.K\_U03 | Umie krytycznie, z wykorzystaniem technologii informacyjnych analizować teksty występujące w domenie publicznej i internetowej, rozpoznając zjawiska propagandy, erystyki i manipulacji. | | K\_U03  K\_U01  K\_U05 | ćwiczenia warsztatowe | | Grupowa analiza wybranych tekstów wystąpień polityków, memów itp.  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | |
| MI.B3.K\_U04 | Potrafi w sposób logiczny i spójny, korzystając z nowych technologii i współczesnych mediów samodzielnie tworzyć teksty gatunków użytkowych, także prace pisemne o charakterze naukowym, jak też porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych, używając adekwatnego, profesjonalnego słownictwa. | | K\_U04  K\_U03 | ćwiczenia warsztatowe | | Samodzielne tworzenie tekstów wbranego gatunku wypowiedzi; ocena i recenzowanie prac innych studentów  Kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B3.K\_U05 | Potrafi dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; umie przygotować wystąpienie ustne, przestrzegając zasad kultury osobistej i kultury języka. | | K\_U05  K\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | Przygotowanie i wygłoszenie wystąpienia publicznego przeciwko ksenofobii i mowie nienawiści  Zaangażowanie podczas zajęć. | |
| MI.B3.K\_K01 | Student jest zdolny do krytycznej i obiektywnej oceny swojej wiedzy i umiejętności, umie uznać i docenić wartość cudzych dokonań, rozumie potrzebę ciągłego uczenia się i podnoszenia kompetencji zawodowych. | | K\_K01  K\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | Zaangażowanie podczas zajęć | |
| MI.B3.K\_K04 | Korzystając z nabytych umiejętności komunikacyjnych, jest gotów z etycznych pobudek bronić dobra wspólnego; poczuwa się do przestrzegania etyki słowa, netykiety, kultury języka i standardów kultury osobistej w komunikacyjnej przestrzeni Internetu. | | K\_K04  K\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | Dyskusja  Przygotowanie wystąpienia przeciwko ksenofobii i mowie nienawiści | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4 pkt. ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 60  **60**  **3 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **1 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 60  4 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treści kształcenia:  1. Zagadnienia dotyczących języka jako zjawiska społecznego i kulturowego (narzędzie myślenia, poznania, komunikacji).  2. Podstawowe pojęcia: styl, stylistyka, komunikacja językowa i funkcje języka; zróżnicowanie stylistyczne współczesnej polszczyzny.  3. Język pisany a język mówiony – wskazanie różnic między wypowiedzią oralną a pismem.  4. Język i jego stylowe odmiany (zagadnienia funkcjonalnego zróżnicowania wypowiedzi użytkowej i literackiej − tzw. style funkcjonalne: styl potoczny, naukowy, urzędowo-kancelaryjny, retoryczny, publicystyczno-dziennikarski, artystyczny).  5. Ćwiczenia kształtujące opanowanie reguł budowania i formułowania pism urzędowych (podanie, curriculum vitae, list motywacyjny), sporządzania różnego typu notatek, redagowania krótkiego i przejrzystego treściowo ogłoszenia.  6. Ćwiczenie umiejętności budowania planu wypowiedzi naukowej. Kształtowanie umiejętności logicznego argumentowania na rzecz przyjętej tezy wywodu oraz umiejętności wieloaspektowego oglądu postawionego problemu lub zagadnienia (hipotezy)  7. Sztuka retoryczna – umiejętne tworzenie tekstu przemówienia z wykorzystaniem odpowiednich środków artystycznych, a następnie jego wygłaszanie na forum grupy (postawa, interpretacja teksu, odpowiednia modulacja głosu).  8. Gatunki informacyjne a publicystyczne – ich charakterystyka na podstawie wybranych przykładów. Analiza recenzji prasowych beletrystyki oraz recenzji tekstu naukowego. Krytyczna analiza i ocena wydarzenia kulturalnego lub lektury – tworzenie recenzji.  9. Ocena stylistyczna tekstu, zróżnicowanie stylistyczne wypowiedzi i jego rola w aspekcie komunikacyjnym |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; kolokwia cząstkowe (znajomość lektur), kolokwium zaliczeniowe |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Semestralne zaliczenie wymaga zaliczenia kolokwium. Jest ono także podstawą (wraz z uczęszczaniem na zajęcia i uzyskaniem pozytywnych ocen z kolokwiów cząstkowych i przygotowanych prezentacji oraz wystąpień) dopuszczenia do egzaminu.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | Literatura podstawowa:  1. *Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej*, red. E. Malinowska, J. Nocuń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013.  2. J. Kida, *Główne odmiany stylowe języka polskiego*, [w:] *Stylistyka, styl i język artystyczny w edukacji polonistycznej*, Rzeszów 1988, s.198-207.  3. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2010  4. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Ćwiczenia ze stylistyki*, Warszawa 2010  5. J. Maćkiewicz, *Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu*, Warszawa 2010  6. M. Kuziak, *Jak mówić, rozmawiać, przemawiać*, Bielsko-Biała 2005.  7. M. Kuziak, S. Rzepczyński, *Jak dobrze napisać: opowiadanie, podanie, streszczenie, życiorys…,* Warszawa 2002.  8. A. Markowski, J. Puzynina, *Kultura języka*, [w:] *Encyklopedia kultury polskiej XX wieku*, t.2, *Współczesny język polski*, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s.53-69.  Literatura uzupełniająca:  1. S. Bortnowski, *Spory o notatkę*, [w:] *Ścisłość i emocja*, Warszawa 1977, s. 121-175.  2. P. Kaszubski, *Esej − prostota angielskiej prozy w pigułce*, „Polonistyka” 1994, nr 2, s. 95-101.  3. C. Lévi-Strauss, *Kultura i język*,[w:] A*ntropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 21-25.  4. E. Sapir, *Język*, [w:] *Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów*, opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 49-58.  6. P. Stasiński, *Poetyka i pragmatyka felietonu*, Warszawa 1982.  7. A. Kubiak-Sokół, *Piszemy poprawnie*. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008  8. A. Majewska-Tworek, T. Piekot i in*., Jak pisać i redagować. Poradnik redaktora. Wzory pism użytkowych,* Warszawa 2009. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Opracowanie tekstu użytkowego B4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Text editing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 1-2 |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr Joanna Kułakowska-Lis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| opracowanie różnorodnych tekstów użytkowych, redagowanie i tworzenia prostych tekstów o charakterze praktycznym przydatnych w przyszłej pracy zawodowej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe 60 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.B4.K\_W01 | posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu językoznawstwa i stylistyki, którą potrafi zastosować przy tworzeniu wybranych gatunków użytkowych | | MI\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B4.K\_W02 | W stopniu zaawansowanym zasady komunikacji językowej (społecznej, biznesowej i interpersonalnej), rozumie potrzeby odbiorców kultury i zna ich style poznawcze | | MI\_W04 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B4.K\_W03 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych | | MI\_W06 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B4.K\_U01 | student potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje, poddać analizie materiał językowy, a także poddać krytycznej analizie teksty dostępne w przestrzeni publicznej, | | MI\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B4.K\_U02 | tworzyć teksty użytkowe i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych technologii | | MI\_U03 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B4.K\_K01 | student potrafi krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych, współpracuje z członkami zespołu | | MI\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B4.K\_K02 | jest odpowiedzialny za słowo i za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działa, mając na celu dobro wspólne | | MI\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **pkt. 4 ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 60  **60**  **3 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 25  **1 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 60  4 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Style użytkowe w języku  Zagadnienia poprawności językowej  Tworzenie i opracowanie oraz przygotowanie do edycji tekstów użytkowych (ogłoszenie, zaproszenie, relacja na stronę, notka biograficzna, sprawozdanie, recenzja, bibliografia, pismo urzędowe, życiorys, list motywacyjny, wniosek itp.)  Charakterystyka tekstów użytkowych  Omówienie konwencji komunikacyjnych  Redagowanie i modyfikacja tekstu ze względu na zmieniające się elementy sytuacji komunikacyjnej |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN*, Warszawa 2008. 2. J. Maćkiewicz*, Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu,* Warszawa 2010. 3. *Jak pisać i redagować*, Warszawa 2009. 4. C. Handley, C. Chapman, *Treść jest kluczowa*, Gliwice 2012. 5. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Wykłady ze stylistyki*, Warszawa 2010. 6. D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Ćwiczenia ze stylistyki*, Warszawa 2010. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Język specjalistyczny (Media and marketing) – B5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Specialised Language (Media and marketing) |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 6 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | V-VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr J. Ziobro-Strzępek |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Rozwijanie i doskonalenie kompetencji językowych dla potrzeb zawodowych, poszerzenie posiadanej przez studenta znajomości języka obcego ogólnego o umiejętność posługiwania się słownictwem specjalistycznym charakterystycznym dla danej dziedziny, zgodnej z kierunkiem studiów, przygotowanie do korzystania z obcojęzycznych źródeł w zakresie studiowanego kierunku, a także przygotowanie do posługiwania się językiem obcym w środowisku zawodowym. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 90 godzin – ćwiczenia warsztatowe | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| MI.B5.K\_W01 | zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w zakresie marketingu i mediów | | | K\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| MI.B5.K\_U01 | samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu rozwiązania zadań związanych z działalnością zawodową, szczególnie w dziedzinie komunikacji marketingowej. | | | K\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| MI.B5.K\_U02 | posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w zakresie specjalistycznym. | | | K\_U06 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| MI.B5.K\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole. | | | K\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | |  | | Stacjonarne | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | 90  90  3 |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do zajęć i testów  **w sumie:**  ECTS | | 90  90  3 |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | ćwiczenia  samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | 90  90  180  6 |  | |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** |  |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Dominującą metodą kształcenia będzie metoda komunikatywna wykorzystująca indywidualne formy pracy, pracę w parach lub w całej grupie w oparciu o zadania, ćwiczenia, dyskusje, prezentacje multimedialne, projekty. Praca na zajęciach skoncentrowana będzie na rozwijaniu sprawności słuchania, mówienia, czytania i pisania. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | aktywne uczestnictwo w zajęciach: 20%  prace pisemne przygotowywane poza zajęciami: 20%  testy: 60%  Wymagane jest zaliczenie wszystkich powyższych elementów. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaleca się znajomość języka u studenta rozpoczynającego kurs na poziomie B1. Aby kontynuować naukę na II i III student musi zaliczyć materiał kursu obowiązujący w roku poprzednim – odpowiednio I i II. |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Cambridge English for Marketing*, Nick Robinson, Cambridge 2012.  **Uzupełnienie:**  1. Wybrane teksty specjalistyczne z zakresu mediów i marketingu  2. *English for Marketing and Advertising*, Sylee Gore, Oxford University Press 2009.  3. *Oxford Advanced Learner’s Dictionary.*  4. *Wielki słownik angielsko – polski PWN.* |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Perswazja, erystyka i manipulacja w języku B6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Persuasion, eristic and manipulation in language |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna / niestacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 2 |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr Joanna Kułakowska-Lis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Przygotowanie do konstruowania tekstów skutecznych perswazyjnie, umiejętność rozpoznania manipulacji w języku i chwytów erystycznych oraz obrony przed nimi | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia warsztatowe 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.B6.K\_W01 | posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu tworzenia wypowiedzi, szczególnie ustnych, o charakterze perswazyjnym | | MI\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza tekstów na zajęciach  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B6.K\_W02 | rozumie rolę perswazji w komunikacji marketingowej | | MI\_W02 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza tekstów na zajęciach  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B6.K\_W03 | w stopniu zaawansowanym zna zasady etycznej komunikacji językowej | | MI\_W04 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza tekstów na zajęciach  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B6.K\_W04 | zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej | | MI\_W06 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza tekstów na zajęciach  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B6.K\_U01 | student potrafi analizować materiał językowy, teksty dostępne w przestrzeni publicznej, szczególnie pod kątem zagadnień retoryki, argumentacji i perswazji | | MI\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza tekstów na zajęciach  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.B6.K\_U02 | potrafi krytycznie oceniać pozyskane informacje, szczególnie pod kątem obecności perswazji i manipulacji językowej, a także chwytów erystycznych | | MI\_U05 | ćwiczenia warsztatowe | | analiza i tworzenie tekstów na zajęciach | |
| MI.B6.K\_K01 | student potrafi krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych, współpracuje z członkami zespołu | | MI\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B6.K\_K02 | jest odpowiedzialny za słowo, aktywnie włącza się w komunikację obywatelską | | MI\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| MI.B6.K\_K03 | przestrzega zasad etyki zawodowej, rozumiejąc szkodliwość manipulacji i dezinformacji | | MI\_K04 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **pkt. 2 ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,5 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **0,5 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 40  2 pkt | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Podstawowe cechy tekstu perswazyjnego  Chwyty perswazyjne  Perswazja a manipulacja  Chwyty erystyczne i obrona przed nimi  Manipulacja i dezinformacja we współczesnych mediach (fake news, hejt itp.)  Czarny PR i jego rola w dyskredytowaniu przeciwników  Propaganda i perswazja podstępna |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. D.-W. Allhoff, W. Allhoff, *Sztuka przekonywania do własnych racji. Retoryka i komunikacja*, Kraków 2008. 2. M. Gajlewicz, *Techniki perswazyjne*, Warszawa 2009. 3. M. Głowiński, *Zła mowa*, Warszawa 2016. 4. M. Tokarz, *Argumentacja, perswazja, manipulacja. Wykłady z teorii komunikacji*, Gdańsk 2010. 5. A. Załazińska, M. Rusinek, *Retoryka codzienna*, Warszawa 2010. |

# C. Moduł zajęć kierunkowych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Visual aesthetics and editorial design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | V |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr Joanna Kułakowska-Lis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy projektowania publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem edycji elektronicznych, podstawy estetyki i komunikacji wizualnej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia praktyczne 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C1.K\_W01 | Student zna podstawowe zasady i style projektowania publikacji, w tym szczególnie w zakresie estetyki oraz publikowania w sieci. | | MI\_W02 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.C1.K\_W02 | Ma świadomość roli komunikacji wizualnej we współczesnym świecie oraz jej miejsce względem innych metod komunikacji międzyludzkiej | | MI\_W03 | ćwiczenia praktyczne | |
| MI.C1.K\_W03 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej | | MI\_W06 | ćwiczenia praktyczne | |
| MI.C1.K\_U01 | Student potrafi świadomie wprowadzać do swoich projektów graficznych elementy niosące ze sobą żądane znaczenia oraz budować projekty ze świadomością treści, które ze sobą niosą oraz uwzględniając ich walor estetyczny i wizualny | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.C1.K\_K01 | student potrafi krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Samoocena studenta oraz informacja zwrotna | |
| MI.C1.K\_K02 | jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działa dla dobra wspólnego | | MI\_K02 | ćwiczenia praktyczne | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **pkt. 2 ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,5 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **0,5 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 30  2 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Poznanie roli, warsztatu oraz zakresu działań i kompetencji projektanta, zapoznanie studentów z różnymi tendencjami w projektowaniu publikacji. Zapoznanie studentów z tematyką komunikacji wizualnej, a w szczególności z jej rolą i znaczeniem we współczesnym życiu kulturalnym. Weryfikacji trafności podejmowanych decyzji projektowych poprzez odniesienie do zagadnień estetyki i funkcjonalności |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, projekty, kolokwium zaliczeniowe |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** |  |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Teoria mediów C2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Theories of media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I i II |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Wojciech Gruchała |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe definicje i klasyfikacje mediów, historyczny rozwój mediów i zależność tego procesu od przemian społecznych, refleksja teoretyczna nad rolą mediów | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin wykładu | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C2.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych. Odnosi poznane teorie do otoczenia społecznego, stosuje je w celu klasyfikacji, interpretacji i opisu rzeczywistości. | | MI\_W02 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_W02 | Zależność między medium użytym w komunikacji marketingowej a otoczeniem społecznym, co pozwala mu realizować skutecznie cele zawodowe | | MI\_W03 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje na temat teoretycznych aspektów funkcjonowania mediów, społeczeństwa informacyjnego oraz kultury masowej, tak aby zwiększać świadomość własnej uczestnictwa w kulturze oraz krytycznie ustosunkowywać się do roli zawodowej. | | MI\_U01 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_U02 | Posługiwać się terminologią właściwą dla teorii mediów, ze szczególnym uwzględnieniem teorii stosowanych do zrozumienia podstaw teoretycznych działalności zawodowej. | | MI\_U04 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_U03 | Odnajdywać argumenty teoretyczne oraz zjawiska podważające wybrane propozycje teoretyczne, określać zakres stosowania terminologii i teorii w celu wykrycia manipulacyjnych zastosowań teorii. | | MI\_U05 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_U03 | Dostrzegać niezwykłe tempo przemian technologicznych i społecznych wraz z towarzyszącą im koniecznością budowania nowych modeli teoretycznych odnoszących się do świata mediów. | | MI\_U08 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| MI.C2.K\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnością oceny adekwatności własnych przekonań względem środowiska społecznego i zawodowego. Aktywnie podejmuje próby zrozumienia rzeczywistości medialnej i swej w nich roli. | | MI\_K01 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| MI.C2.K\_K02 | Aktywnego działania na rzecz rozwoju świadomości oddziałania mediów na procesy społeczne | | MI\_K02 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| MI.C2.K\_K03 | Konsekwencje społeczne oddziaływania mediów, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji marketingowej i społecznej. | | MI\_K04 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład 40  **w sumie:**  ECTS 2 | | | 40  2 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie referatu  Samodzielna lektura  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  **20**  **2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Przygotowanie prezentacji | | | 1 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Problem mediów jako problem cywilizacji i kultury – genealogia pojęcia 2. Krytyka pisma – Platon, 3. Oralność i piśmienność – W.J. Ong 4. Alfabet jako technologia 5. Galaktyka Guttenberga 6. Radio – gorące medium 7. Fotografia i ruchome obrazy 8. Prasa – tłum – opinia publiczna 9. Determinizm materialistyczny, czyli społeczeństwo jako dziecko maszyny parowej. 10. Agonia realności (Jean Baudrillard) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład interaktywny, dyskusja problemowa, analiza i interpretacja tekstu źródłowego, prezentacja multimedialna |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Semestr pierwszy zaliczany na podstawie referatu dotyczącego historycznych aspektów narodzin nowych mediów oraz teorii społecznych z nimi związanych. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30% (każde zajęcia nieusprawiedliwione powyżej limitu 1 zajęć na semestr -20%)  Prezentacja/referat – 30%  Egzamin – 40% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Nieobecności można odrabiać na dyżurze poprzez udowodnienie znajomości realizowanych treści. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** |  |
| **Zalecana literatura:** | 1. D. Mersch, *Teorie mediów*, tłum. E. Krauss, Warszawa 2010. 2. M. Wszołek, *Teorie komunikacji i mediów*, Libron, Warszawa 2017. 3. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, WSiP, Warszawa 2005. 4. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa 2017. 5. John B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Astrum, Warszawa 2001. 6. M. Drożdż*, Media. Teorie i fikcje*, Jedność, Warszawa 2019. 7. [*Media*](http://bg.pwsz.krosno.pl/?bc&sID=0&lTyp=1&let=Media), red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt , PWN, Warszawa 2000. 8. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Storytelling and stereotypes in marketing communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | III |
| **Koordynator przedmiotu:** | dr hab. prof. PWSZ Kazimierz Sikora |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| nowoczesne metody marketingowe, polegające na zaintrygowaniu i tworzeniu więzi z klientem-odbiorcą, budowanie marki firmy i wyrobu, skutecznej reklamy itp., dzięki umiejętnościom narracyjnym, sztuce podnoszenia konkurencyjności i atrakcyjności oferty przez tworzenie „opowieści” o charakterze filmowym – z wykorzystaniem wiedzy o stereotypowym postrzeganiu rzeczywistości przez człowieka – uczestnika językowo-kulturowego obrazu świata i systemu wartości. Przedmiot, zajmujący się stricte komunikacją perswazyjną w dziedzinie biznesowej, ma wybitnie charakter praktyczny, polegający na rozwijaniu własnych intuicyjnych kompetencji studenta w tej dziedzinie przez przyswojenie pewnych schematów narracyjnych, topiki, nawiązywania i podtrzymywania kontaktu, jednania sobie życzliwości słuchaczy, ich zainteresowania osobą mówcy i uznania atrakcyjności jego oferty. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia praktyczne 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C3.K\_W03 | Ma uporządkowaną, użyteczną zawodowo, wiedzę z zakresu kreowania charakterystycznej opowieści (legendy) dotyczącej marki, jej produktu czy usługi; zna metody komunikacji w kontaktach biznesowych i marketingu narracyjnego, jak też zasady i strategie prowadzenia rozmowy handlowej oraz podstawy semantyki i psychologii reklamy i PR. | | K\_W03  K\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych  analiza wybranych przekazów narracyjnych (reklam) | |
| MI.C3.K\_W03 | Zna w stopniu zaawansowanym reguły, schematy, modele tworzenia atrakcyjnej, przekonywającej i spójnej historii o danej firmie wyróżniającej ją i jej produkty. Zna sposoby komunikacji społecznej obowiązujące w sferze biznesowej; zna techniki autoprezentacji i zasady etykiety biznesowej. | | K\_W03  K\_W04 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych  gry i scenki edukacyjne | |
| MI.C3.K\_W05 | Ma wiedzę na temat podstaw językowego obrazu świata i stereotypowej, podatnej na mitologizację natury ludzkich obiegowych przekonań i systemu wartości. | | K\_W05  K\_W04  K\_W01 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  ćwiczenia słownikowe  analizy grupowe wybranych tekstów reklamowych | |
| MI.C3.K\_W06 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych w przestrzeni publicznej. | | K\_W06 | ćwiczenia praktyczne | | Dyskusja | |
| MI.C3.K\_U02 | Potrafi stworzyć poznanymi metodami i technikami storytellingu poprawny i przekonywający komunikat reklamowy. | | K\_U02  K\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych  dyskusja nad pracami autorstwa kolegów | |
| MI.C3.K\_U03 | Umie z wykorzystaniem technologii informacyjnych i nowych mediów cyfrowych korzystać ze źródeł przydatnych w działaniach marketingowych i promocyjnych, jak też dokonywać wizualizacji przekazu reklamowego według założonego scenariusza (tzw. karty narracyjnej). | | K\_U03  K\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych  Grupowa praca nad przygotowaniem karty narracyjnej sprzedaży obuwia i/lub instalacji fotowoltaicznych | |
| MI.C3.K\_U04 | Potrafi, korzystając z nowych technologii i współczesnych mediów ocenić wartość komunikatu reklamowego i zaproponować konieczne zmiany, służące wizerunkowi firmy i jej produktu. | | K\_U04  K\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Dyskusja nad wybranymi przykładami storytellingu firm światowych | |
| MI.C3.K\_U05 | Potrafi przekonywająco wypowiadać się i argumentować z wykorzystaniem nabytych sprawności językowych i komunikacyjnych, przestrzegając przy tym zasad kultury osobistej i kultury języka. | | K\_U05  K\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prezentacja samodzielnej pracy projektowej w ramach zajęć i dyskusja nad nią.  Zaangażowanie podczas zajęć. | |
| MI.C3.K\_K01 | Student jest zdolny do krytycznej i obiektywnej oceny swojej wiedzy i umiejętności, umie docenić potrzebę wolnorynkowej rywalizacji i gry oraz podnoszenia indywidualnych kompetencji zawodowych. | | K\_K01  K\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | Zaangażowanie podczas zajęć | |
| MI.C3.K\_K04 | Korzystając z nabytych umiejętności komunikacyjnych, jest gotów z etycznych pobudek bronić dobra wspólnego; poczuwa się do przestrzegania etyki zawodowej w przestrzeni komunikacyjnej Internetu i dyskursie handlowo-reklamowym; przestrzega standardów kultury wypowiedzi i kultury obejścia (etykiety ogólnej). | | K\_K04  K\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | Dyskusja nad wybranymi aspektami własności intelektualnej w nowych mediach i etyki reklamy. | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2 pkt. ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **2 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **1 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 30  2 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treści kształcenia:  1. Źródła narracyjnego dyskursu – jako użytecznej, zwykle fikcyjnej opowieści w starożytnej retoryce (Arystoteles i in.)  2. Zagadnienia dyskursu handlowego i reklamowego, języka reklamy i komunikacji w dyskursie medialnym.  3. Podstawowe pojęcia storytellingu jako metody wpływania na wizerunek oraz sukces firmy i produktu.  4. Struktura, styl i topika (zmitologizowane wyobrażenia: Kopciuszka, Ikara, Pucybuta, Upadku i powrotu itp.).  5. Narzędzia marketingu narracyjnego. Rola stereotypów w kształtowaniu komunikatów narracji marketingowej (rodzina, matka-Polka itp.).  6. Język pisany - język mówiony – język ikoniczny nowych mediów.  7. Strategie storytellingu wybranych firm obecnych w domenie publicznej i dyskursie medialnym.  8. Dyskusja nt. wystąpienia noblowskiego Olgi Tokarczuk (władza i jej narracje)  9. Ćwiczenia kształtujące opanowanie reguł budowania opowieści marketingowej.  6. Ćwiczenie analityczne i dyskusje na podstawie prezentacji i projektów przedstawianych przez uczestników zajęć. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; kolokwia cząstkowe (znajomość lektur), kolokwium zaliczeniowe |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Końcowe zaliczenie wymaga przedstawienia ocenionej pozytywnie pracy projektowej i wizualnej prezentacji marketingowej na zadany temat.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Praca projektowa i prezentacja 70 pkt.  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości danych zagadnień na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. P. Tkaczyk, *Narratologia*, Warszawa 2017. 2. M. Górska, *Visual Storytelling*, Warszawa 1919. 3. M. Stączek Marek, *Storytelling*, Warszawa 2014. 4. Filarski Krzysztof, *Storytelling inspiracyjny*, Warszawa 2017. 5. Cole Nussbaumer Cnaflic, *Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów*, Warszawa 2019. 6. J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin 2007 7. J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat dziennikarza internetowego C4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Online journalism workshop |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | III i IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Ewa Wawro |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Prawne i rynkowe aspekty zawodu dziennikarza internetowego, podstawowe rodzaje zleceń zawodowych dziennikarza, zasady budowania własnej publiczności, | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | **60 godzin ćwiczeń warsztatowych** | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C4.K\_W01 | Narzędzia pracy dziennikarza zatrudnionego w mediach tradycyjnych i cyfrowych, wykorzystuje je zgodnie z zasadami poprawności językowej, stylistycznej i komunikacyjnej. | | MI\_W01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_W02 | Narzędzia komunikacji społecznej wykorzystywane przez nowoczesne, niezależne dziennikarstwo, korzysta z nich podczas realizacji zadań zawodowych | | MI\_W04 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_W03 | Teorie i narzędzia pozwalające skutecznie wykonywać zadania dziennikarza w przestrzeni internetu | | MI\_W05 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_W04 | W podstawowym zakresie prawo własności intelektualnej oraz zasady bezpiecznego prowadzenia niezależnej działalności informacyjnej | | MI\_W06 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_W05 | Podstawowe praktyczne aspekty niezależnego dziennikarstwa, w tym przede wszystkim dotyczące związku działalności zawodowej ze środowiskami biznesowymi i politycznymi | | MI\_W07 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_U01 | Samodzielnie wybiera temat, selekcjonuje i analizuje informacje, które ma zamiar wykorzystać w praktyce dziennikarskiej | | MI\_U01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_U02 | Tworzyć estetyczne i użyteczne projekty medialne odpowiadające zapotrzebowaniu organizacji oraz publiczności | | MI\_U02 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_U03 | Sprawnie posługiwać się mediami, serwisami społecznościowymi oraz narzędziami internetowej dystrybucji informacji. | | MI\_U03 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_U04 | Brać udział w dyskusji na tematy publiczne za pośrednictwem portali społecznościowych, komentować rzeczywistość społeczną w sposób niezależny i zgodny z obowiązkiem służenia prawdzie. | | MI\_U07 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_U05 | Dostrzegać zmiany w środowisku lokalnym i w dostępnych technologiach jego opisu i dokumentacji. Praktyką zawodową potwierdzania gotowości do rozwoju osobistego. | | MI\_U08 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_K01 | Dążenia do zawodowej doskonałości poprzez pokonywanie własnej niewiedzy i braku kompetencji, szukania pomocy ekspertów. | | MI\_K01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_K02 | Służenia swoją działalności zawodową społeczeństwu poprzez zdobywanie i udostępnianie istotnych dla niego informacji | | MI\_K02 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_K03 | Przestrzega zasad etyki dziennikarskiej | | MI\_K04 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| MI.C4.K\_K04 | Samodzielnego zdobywania zamówień na swoje usługi, budowania atrakcyjnego profilu zawodowego | | MI\_K03 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Warsztaty  **w sumie:**  ECTS | | | 60  **60**  **2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie pracy zaliczeniowej – projekt dziennikarski  Przygotowanie do zajęć i kolokwiów  **w sumie:**  ECTS | | | 40  15  **55**  **2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Początki dziennikarstwa internetowego – od internetowego dostępu do gazet do serwisów informacyjnych. (sprawa Louise Woodward, początki BBC online, skandal Drudge’a – Drudge Report,) 2. Dziennikarstwo internetowe – dziennikarstwo obywatelskie (wartość informacyjna blogów, blogi jako świadectwa – wojna w Iraku, dziennikarstwo uczestniczące: OhmyNews, IndyNews, od ekskribicjonizmu do dziennikarstwa „oddolnego”) 3. Webwriting – czytelnik, czyli persona, funkcjonalność tekstu, zwięzłość, rzeczowość, przejrzystość, hipertekstowość, grafika, konwersacyjność, funkcjonalność stron internetowych (badanie eyetracking, przejrzystość nawigacji, linia zanurzenia, ślepota banerowa, narzędzia użytkownika, wyszukiwarka, ścieżka powrotu) 4. Gatunki (falsh news, news agencyjny, news prasowy, raport big picture, tytuł i lead to haczyk i żyłka), Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja. 5. Prawda obiektywna i prawda obiektywu – fotografia prasowa, media mieszane, fakty – „nie-fakty” – „prawie fakty”, kultura photoshopa. Artykuły multimedialne, formy bazodanowe, infografika, raport multimedialny, relacja na żywo. 6. Breaking new – w poszukiwaniu tematów, w poszukiwaniu odbiorców. Cykl życiowy newsa, parametryzacja odbioru. 7. Pisanie SEO – indeks, ranking, pająk, słowa kluczowe, znaczniki meta, tag tytułowy, 8. Nowe usługi medialne – telewizja internetowa, rozprzestrzenianie za pomocą mikroblogów (tweeter, instagram, tworzenie społeczności) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Analiza i interpretacja kontekstowa tekstów, warsztaty terenowe, prace projektowe, warsztaty pracy zespołowej. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Tak. Ponieważ praca warsztatowa, często w terenie, prowadzi do realizacji projektu grupowego, wskazane jest regularne uczestniczenie w warsztatach. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Uczestnictwo aktywne w warsztatach – 40%  Ocena projektu końcowego – 60% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie z prowadzącym oraz z grupą projektową. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Joanna Wrycza-Bakier, *WebWriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla internetu,* wyd. II, Gliwice 2013. 2. Steve Krug*, Nie każ mi myśleć*, Gliwice 2006. 3. Jakob Nielsen, *Projektowanie funkcjonalności serwisów internetowych,* Gliwice 2003. 4. Gerry McGovern, *Zabójczo skuteczne treści internetowe. Jak przykuwać uwagę internauty?,* Gliwice 2009. 5. *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, red W. Godzic, A. Kozieł, J. Szylko-Kwas, Warszawa 2015. 6. *E-Gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, red. W. Godzic, Z. Bauer, 2015. Poltext, warszawa. 7. *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Wydawnictwa akademickie i profesjonalne, Warszawa 2010 8. Henry Jenkins, *Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów*, Wydawnictwa akademickie i profesjonalne, Warszawa 9. Peter J. Anderson, Geoff Ward, *Przyszłość dziennikarstwa w dojrzałych demokracjach,* Wydawnictwa akademickie i profesjonalne, Warszawa. 10. Stuart Allan, *Newsy w sieci. Internet i dziennikarstw*, przekład A. Sadza, WUJ, Kraków 2008. 11. Leszek Olszański, *Media i dziennikarstwo internetowe*, Poltext, Warszawa 2012, 12. *Dziennikarstwo internetowe – teoria i praktyka*, red. G. Habrajska i J. Mikosz, Primum Verbum, Łódź 2010. 13. Ian Boost, Simon Ferrari, Bobby Schweizer, *Gry informacyjne. Dziennikarstwo epoki cyfrowej*, tłum. J. Gilewicz, WUJ, Kraków 2012. 14. http://www.useit.com 15. http://magazynt3.pl 16. http://www.eredaktor.pl |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Media społecznościowe C5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Social media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Joanna Zajchowska |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Typy i funkcje mediów społecznościowych, ich miejsce w systemie medialnym, wykorzystanie do celów indywidualnych i promocyjnych, mocne i słabe strony, narzędzia komunikowania w mediach społecznościowych | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia praktyczne 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C5.K\_W01 | Student zna definicję mediów społecznościowych, ich funkcje i typy, wie, jak można je wykorzystać do celów promocyjnych | | MI\_W02  MI\_W03  MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.C5.K\_U01 | Student potrafi dokonywać analizy mediów społecznościowych pod kątem celów i funkcji, umie dobrać odpowiednie kanały komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych, potrafi wykorzystać je do budowania wizerunku, tworzenia strategii promocyjnej | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| MI.C5.K\_K01 | student potrafi krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych  jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej | | MI\_K01  MI\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **pkt. 2 ECTS** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,5 pkt.** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **0,5 pkt.** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 30  2 pkt. | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Uzyskanie podstawowych informacji na temat mediów społecznościowych i narzędzi komunikowania w nowych mediach, znajomość przydatności mediów społecznościowych w marketingu, kreowaniu wizerunku, w reklamie i polityce. Nabycie świadomości zagrożeń związanych z komunikacją w mediach społecznościowych |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia praktyczne, projekty, kolokwium zaliczeniowe |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci,* PWN, Warszawa 2010. 2. A. Podlaski, *Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w social media*, Gliwice 2011. 3. M. Sadowski, *Rewolucja social media*, Gliwice 2013. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Komunikacja społeczna i public relations C6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Public relations and social communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | II i III |
| **Koordynator przedmiotu:** | Igor Przebinda |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe pojęcia nauk o komunikowaniu, kompetencje komunikacyjne, media i/jako rozrywka, rola mediów w globalizacji, podstawy wiedzy o Public Relations | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin ćwiczeń audytoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C6.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia komunikatów kierowanych do publiczności w imieniu osób i organizacji. W swojej praktyce zawodowej stosuje się do językowych, kulturowych i medialnych wymogów i praktyk. | | MI\_W01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu zależności między komunikacją społeczną i komunikacją marketingową. | | MI\_W03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_W03 | W zaawansowanym stopniu typy mediów, jest świadomy masowego oraz globalnego wymiaru oddziaływania komunikatów przekazywanych różnymi typami kanałów. | | MI\_W04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_W04 | Zasady komunikacji interpersonalnej oraz komunikacji wewnętrznej w organizacji. Stosuje się do nich w praktyce zawodowej, kierując się poszanowaniem zasad współżycia społecznego | | MI\_W04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_W05 | W podstawowym zakresie normy prawne, zwyczajowe i dobre praktyki określające ramy zawodowej działalności w komunikacji marketingowej i Public Relations | | MI\_W06 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U01 | Dostosowywać swój warsztat komunikacyjny do zmian otoczenia technologicznego oraz wymogów rynku | | MI\_U09 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U02 | Samodzielnie zdobywać informacje na temat rodzajów i narzędzi komunikacji społecznej przedsiębiorstwa lub organizacji, analizować je w celu oceny skuteczność komunikacyjnej | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U03 | Stosować wiedzę na temat komunikacji społecznej, marketingowej i wizerunkowej w celu tworzenia skutecznych i profesjonalnych narzędzi komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem technologii informatycznych i narzędzi internetowych | | MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U04 | Wyciągać wnioski z obserwowanych procesów komunikacyjnych w przestrzeni publicznej w celu udoskonalenia systemu komunikacji marketingowej organizacji | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U05 | Posługiwać się terminologią opisującą procesy komunikacji i działalność PR | | MI\_U04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U06 | Stosować poznane teorie i wnioski z analizowanych aktów, procesów i systemów komunikacji w celu formułowania argumentacji merytorycznej w sprawach zawodowych | | MI\_U05 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_U07 | Rozpoznawać style komunikacyjne i kompetencje aktorów komunikacji społecznej, politycznej i marketingowej w celu zaplanowania skutecznych działań zespołu | | MI\_U07 | Ćwiczenia audytoryjne | | Egzamin  Praca projektowa | |
| MI.C6.K\_K01 | Rozwijania swoich kompetencji komunikacyjnych, rozpoznawania barier w celu doskonalenia i poszukiwania własnej wiedzy i umiejętności | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć, samoocena, informacja zwrotna | |
| MI.C6.K\_K02 | Budowania komunikacji społecznej z poszanowaniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu oraz z uwzględnieniem nadrzędnego interesu dobra wspólnego | | MI\_K02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć, samoocena, informacja zwrotna | |
| MI.C6.K\_K03 | W komunikacji społecznej i marketingowej posługuje się zasadami etycznymi, dba o reputację pracodawcy w komunikacji społecznej oraz w komunikacji wewnętrznej | | MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć, samoocena, informacja zwrotna | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 60  60  2 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie do zajęć  Samodzielna lektura  Kwerenda internetowa  **w sumie:**  ECTS | | | 10  20  10  10  **50**  **2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Analizy aktów, procesów i systemów komunikacji w czasie zajęć  Przygotowanie projektu,  Uczestnictwo z dyskusji | | | 45  25  25  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Podstawowe pojęcia nauk o komunikowaniu: nadawca, przekaz, odbiorca, zasięg, zakres, częstość kontaktu, znak, przekaz, kod, 2. Akt komunikacji, proces komunikacji, system komunikacji, (modele dominującego czynnika, modele syntetyczne) 3. Kompetencje komunikacyjne i bariery (językowe, kulturowe, medialne, artystyczne) 4. Zróżnicowanie mediów (klasyfikacja i typologia, funkcje, koncepcje dziennikarstwa, style odbioru, wpływ na społeczeństwo) 5. Komunikowanie masowe (narodziny społeczeństwa masowego, jego media i kultura, paradygmat ograniczonych efektów mediów, krytyka kulturowa, teoria umiarkowanych efektów mediów) 6. Media i publiczność (badania rynku mediów, dekodowanie i tworzenie znaczenia, agenda – ustalanie porządku spraw, spirala milczenia, kultywacja) 7. Komunikowanie masowe jako rozrywka (infotainment, utowarowienie kultury, teoria intruzji mediów, 8. Globalny wymiar komunikacji, komunikowanie międzynarodowe, rola mediów w globalizacji 9. Komunikowanie polityczne – zależność mediów i demokracji (transakcyjny charakter relacji uczestników komunikacji, mocne ogniwa komunikowania, aktorzy zbiorowi i indywidualni, propaganda, kampanie medialne, strategie komunikowania i kompetencje konsultantów) 10. Public relations (modele PR, zadania PR, instrumenty i techniki: publicity, rzecznictwo prasowe, media relations, reklama płatna, lobbing, zarządzanie kryzysowe, badanie i kreowanie wizerunku, koncepcja wizerunku równoległego) 11. Etyka i prawo autorskie w komunikacji społecznej i działalności PR (Tożsamość a wizerunek, pojęcie reputacji, społeczna odpowiedzialność biznesu) 12. Komunikacja wewnętrzna (wektor komunikowania, potrzeby komunikacyjne pracowników, stopień formalności, tworzenie narzędzi komunikowania, stopień interaktywności i kontroli treści, rola w kulturze organizacyjnej) 13. Media relations (przygotowanie i przesyłanie informacji, system informacji bieżącej, konferencje prasowe, briefing, wywiady, blog firmowy, wyjazdy i przyjęcia dziennikarskie, kontakty nieformalne – zasady kontaktu z mediami 14. Komunikacja społeczna a marketing (CRM, Relations marketing, marka – obszary wsparcia) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład multimedialny, analiza tekstu źródłowego, przeszukiwanie zasobów internetowych, analiza przypadka, dyskusja moderowana, |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Kolokwium zaliczeniowe po semestrze II i III 40%  Prace Projektowe po semestrze II i III 30%  Ocena aktywności 10%  Obecność 20% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Walery Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. 2. Stanley J. Baran, Dennis K. Davis, *Teorie komunikowania masowego*, tłum A. Sadza, WUJ, Kraków 2006. 3. Bogusłąwa Dobek-Ostrowska, *Komunikowanie polityczne i publiczne*, PWN, Warszawa 2006. 4. *Public relations*, red. Przemysław Deszczyński, Wydawnictwo UEP, Poznań 2016. 5. Wojciech Budzyński, *Public relations. Wizerunek, reputacja, Tożsamość,* Poltekst, Warszawa 2018. 6. Anthony Davis, *Public relations,* tłum Grzegorz Dąbkowski, PWE, Warszawa 2007. 7. Krystyna Wójcik, *Public relations*. *Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydanie V, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 8. Jerzy Szyfter, *Public Relations w Internecie*, Helion, Gliwice 2005. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie systemami reklamy PPC C7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | PPC advertising campaign administration |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 6 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | V |
| **Koordynator przedmiotu:** | Inż. Karolina Czajkowska |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy tworzenia kampanii GoogleAd oraz zarządzania nimi | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C7.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu metody komunikacji marketingowej, typy kampanii, mierniki ich efektywności | | MI\_W03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją marketingową, w tym szczególnie kampaniami Google Ads. | | MI\_W05 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące potrzeb zleceniodawcy oraz odbiorcy kampanii reklamowej w internecie. | | MI\_U01 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów kampanii marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | MI\_U02 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U03 | Stosuje narzędzia GoogleAds do skutecznego komunikowania społecznego. | | MI\_U03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania systemami reklamy internetowej. Precyzyjnie informuje o swoich czynnościach innych członków zespołu. | | MI\_U04 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U05 | Podejmując się wykonania projektu kampanii marketingowej w internecie, zorganizować zespół roboczy, uwzględnia kompetencje i indywidualne uzdolnienia członków | | MI\_U07 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_U06 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania kampanii internetowych, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania kampanii marketingowych oraz zwiększania ich skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C7.K\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | |  | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 45  2 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 30  20  20  **70**  **4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 115  6 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Pojęcia i nawigacja w Google Ads * Kampanie w sieci wyszukiwania i rozszerzenia reklam * Kampanie displayowe z uwzględnieniem remarketingu * Kampanie produktowe * Kampanie video i kampanie dla aplikacji * Analiza i optymalizacja skuteczności kampanii |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaliczone podstawy projektowania stron internetowych |
| **Zalecana literatura:** | 1. Dawid Wydra, *Reklama Google Adwords w praktyce*, Edgard, Warszawa 2019. 2. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 3. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 4. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 5. Anastasia Holdren, *Reklama Google AdWords,* Helion, Gliwice 2012. 6. Kristina Cutura, *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 7. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 8. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy projektowania stron internetowych C8 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fundaments of webpage building |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 6 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I i II |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Piotr Weis |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy CSS, HTML, WordPress, Joomla | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin warsztatów laboratoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C8.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem stron internetowych, w tym szczególnie Oparte o HTML i CSS języki tworzenia witryn, a także blogów Joomla i WordPress. | | MI\_W05 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące sprzętu, oprogramowania, zapotrzebowania klienta oraz użytkownika strony internetowej. | | MI\_U01 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów stron internetowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | MI\_U02 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U03 | Stosuje HTML i CSS oraz WordPress i Joomla do skutecznego komunikowania społecznego. | | MI\_U03 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu projektowania stron WWW. Precyzyjnie informuje o swoich czynnościach innych członków zespołu. | | MI\_U04 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U05 | Podejmując się wykonania projektu strony internetowej zorganizować zespół roboczy, uwzględnia kompetencje i indywidualne uzdolnienia członków | | MI\_U07 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_U06 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania stron internetowych, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania stron internetowych oraz ich funkcjonalności, poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| MI.C8.K\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz | | MI\_K03 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **6** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 60  3 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie własnego projektu strony  **w sumie:**  ECTS | | | 15  45  **60**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 120  6 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Planowanie serwisu (identyfikacja problemów i ograniczeń technicznych, praca zespołowa, nazywanie plików, korzystanie z adresów URL, struktura katalogów, diagram serwisu) 2. Planowanie nawigacji (tekstowe instrumenty nawigacyjne – odsyłacze graficzne) 3. Podstawy stosowania tabel 4. Szablony 5. Typografia (dostępne kroje, czytelność, podstawy CSS, style) 6. Grafika i kolor (formaty grafiki, źródła plików graficznych, wyświetlanie progresywne, wyrównanie tekstu i grafiki, dithering) 7. Ramki HTML (składnia ramek, planowanie zawartości ramek) 8. CSS i prezentacja dokumentu (kaskadowe arkusze stylu, prezentacja dokumentu, selektory, „dekoracje”, Kolory pierwszego planu i tła, model pojemnika, 9. Praca z multimediami (formaty plików audio i video, odtwarzacze, edycja plików audio i video, streaming, praca z YouTube) 10. Silnik WordPress (blog na WordPress, zarządzenia kontem, design bloga, dodawanie motywów i wtyczek, personalizacja, ekosystem Gutenberga) 11. Joomla (moduły, wtyczki, szablony) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Test zaliczeniowy – 50%  Prace w systemie E-student – 30%  Aktywna obecność – 20% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Laura Lemay, *HTML i XHTML dla każdeg*o, Helion, Gliwice 2004. 2. Joel Sklar, *Zasady tworzenia stron WWW,* WydawnictwoRM, Warszawa 2001. 3. Mark Bell, *Darmowe sposoby na tworzenie profesjonalnych stron WWW*, Helion, Gliwice 2013. 4. Jennifer Niererst Robbins, *Projektowanie stron internetowych. Przewodnik dla początkujących webmasterów*, Helion, Gliwice 2007. 5. Tricia Austin, Richard Doust, *Projektowanie dla nowych mediów,* PWN, Warszawa 2008. 6. Ric Shreves, *Joomla! Biblia*, wyd II, Helion, Gliwice 2013. 7. Keith J.Grant, *CSS od podszewki*, Helion, Gliwice 2019. 8. Paweł Wimmer, *WordPress 5. Rewolucja Gutenberga*, Helion, Gliwice 2019. 9. Scott Wilson, *WordPress dla małych firm. Proste strategie tworzenia dynamicznych witryn WWW*, Helion, Gliwice 2017. 10. Agnieszka Ciborowska, Jarosław Lipiński, *WordPress 5 dla początkującyc*h, Helion, Gliwice 2019. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Obieg informacji oraz systemy CRM C9 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information management and CRM |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Wojciech Budziak |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy obiegu informacji w organizacji i w projekcie, narzędzia do zarządzania relacjami z klientami | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C9.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z klientem w oparciu o relacje oraz zasady komunikacji wewnętrznej w organizacji. | | MI\_W03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją wewnątrz organizacji a także służące podtrzymaniu relacji z klientem. | | MI\_W05 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_U01 | Stosuje narzędzia do wewnętrznego obiegu informacji Google handouts, Google Docs, Slack oraz do skutecznego zarządzania relacjami z klientem (CRM). | | MI\_U03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania relacjami z klientem oraz obiegu informacji wewnątrz przedsiębiorstwa. | | MI\_U04 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_U04 | Uczestniczyć efektywnie w obiegu informacji w organizacji, współpracuje z innymi członkami zespołu projektowego, posługując się informatycznymi systemami zarządzania relacjami oraz przesyłu informacji. | | MI\_U07 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_U05 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących przesyłania informacji oraz zarządzania relacjami z klientami, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C9.K\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | Ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | |  | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Omówienie systemu obiegu informacji w firmie * Wprowadzenie do narzędzi wymiany informacji (slack, Google hangouts) * Organizacja czasu pracy z wykorzystanie wybranych narzędzi * Wykorzystanie Google Docs do zastosowań biznesowych * Wprowadzenie do narzędzi zarządzania projektami (trello, asana, basecamp) * Omówienie systemu zarządzania relacjami z klientami * Konfiguracja i obsługa systemu CRM |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Elementy zarządzania informacją i komunikacją w przedsiębiorstwie*, Zbigniew Martyniak (red.), Kraków 1997. 2. Jill Dyche, *CRM. Relacje z klientami,* Helion, Gliwice 2002 3. Bartosz Deszczyński, *CRM i strategia system zarządzanie zmianą*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. 4. Chris Brogan, *Google+ dla biznesu. Opanuj nowy kanał kontaktów z klientami,* One Press / Helion, Gliwice 2012. 5. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce*, Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. 6. Newell Frederick,  *Zarządzanie relacjami z klientami w nowej erze marketingu internetowego,* IFC Press, Warszawa 2002. 7. Maciej Mitręga, *Marketing relacji - teoria i praktyka*, CEDEWU, Warszawa 2018. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Newsletter i mailing C10 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Newsletter and mailing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Inż. Karolina Czajowska |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy tworzenia list mailingowych, newsletterów oraz korespondencji z klientami | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C10.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu metody poprawnego tworzenia wypowiedzi pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, stylistyczne i wynikające z kultury języka; stosuje je w korespondencji skierowanej do klientów za pośrednictwem poczty biznesowej. | | MI\_W01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z prowadzeniem poczty biznesowej, w tym szczególnie kanały podtrzymujące kontakt z odbiorcą korespondencji marketingowej | | MI\_W04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje służące rozbudowie bazy kontaktów, a także potrzeb odbiorców komunikacji marketingowej i społecznej w internecie. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia newsletterów o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_U03 | Stosuje narzędzia informatyczne do skutecznego komunikowania społecznego, szczególnie związane z pocztą e-mail oraz rozpowszechnianiem informacji w mediach społecznościowych | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania korespondencją marketingową. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_U05 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania kampanii mailingowych, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania kampanii mailingowych oraz newsletterów, oraz zwiększania ich skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C10.K\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  5  **25**  **1** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 55  2 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Wprowadzenie do e-mail marketingu * Omówienie rodzajów e-mail marketingu * Konfiguracja i zarządzanie newsletterem na stronie * Wykorzystanie e-mail marketingu przy up-sellingu i cross-sellingu * Konfiguracja i zarządzanie cold mailingiem * Autoresponder - czym jest i jak stosować * Wykorzystanie mailingu przy realizacji onboardingu |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak, |
| **Zalecana literatura:** | 1. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 2. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 3. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 4. Piotr Krupa,Maciej Ossowski, E-mail marketing, Helion, Gliwice 2013. 5. Jason Rodriguez, *Nowoczesny e-mail marketing. Uniwersalny, responsywny i skuteczny mailing w HTML-u*, Helion, Gliwice 2015. 6. Artur Dąbrowski-Filip Kłodawski, *E-mail marketing oswojony. Teoria, praktyka, prawda,* Helion, Gliwice 2018. 7. Paweł Sala, *Świeże podejście do email marketingu*, Freshmail, Warszawa 2017. 8. Maciorowski Artur, *Skuteczny e-mail marketing*, Edgard, Warszawa 2014. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Planowanie strategii marketingowej z podstawami analityki C11 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing strategy and basics of analysis |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I |
| **Koordynator przedmiotu:** | Wojciech Budziak |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Cele i strategie marketingowe, narzędzia do realizacji i analizy rezultatów strategii | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | **30 godzin warsztatów laboratoryjnych** | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C11.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z określaniem strategii marketingowej, doborem narzędzi do realizacji jej celów a także analizy przebiegu i rezultatów. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące potrzeb zleceniodawcy oraz odbiorcy kampanii reklamowej w internecie. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_U02 | Stosuje narzędzia GoogleAnalytics do skutecznego planowania strategii marketingowej. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania systemami reklamy internetowej. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do planowania strategii i analizy skuteczności komunikacji marketingowej, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów analizy komunikacji marketingowej oraz zwiększania jej skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C11.K\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 15  5  5  **25**  **1** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 55  2 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wstęp do przedmiotu i omówienie podstawowych zagadnień 2. Cele marketingowe 3. Dobór narzędzi do realizacji celów 4. Planowanie strategii marketingowej 5. Podstawowa konfiguracja Google Analytics 6. Sposoby mierzenia efektów kampanii 7. Raportowanie efektów |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaliczone podstawy projektowania stron internetowych, |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Google Adwords w praktyce*, Edgard, Warszawa 2019. 2. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 3. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 4. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 5. Kristina Cutura, *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 6. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 7. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015. 8. Paweł Lenar, *MLM. Profesjonalny marketing sieciowy*, One press, Gliwice 2011. 9. Tom Vassos, *Sprawdzone strategie skutecznego marketingu twoich produktów i usług*, Wydawnictwo Studio Emka, Warszawa 1999. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Marketing i badania marketingowe C12 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing and Marketing Research |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | I i II |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Piotr Lenik |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| W ramach przedmiotu studenci poznają problematykę marketingu przedsiębiorstw i zasad jego stosowania w gospodarce rynkowej. Zapoznają się z zasadami stosowania marketingu w procesie oddziaływania na rynek oraz nabywają umiejętności powiązania zdobytych wiadomości z praktyką. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin wykładu i 30 godzin ćwiczeń audytoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| MI.C12.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu podstawowe teorie, ewolucję i cele marketingu, rozumie jego rolę w gospodarce rynkowej. Zna uwarunkowania działań marketingowych podmiotów rynkowych wynikające z ich otoczenia. Wiedzę tę odnosi do własnej praktyki zawodowej | | MI\_W07 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_W02 | zachowania konsumentów jako głównego podmiotu oddziaływania marketingu. Na podstawie tej wiedzy kształtuje własną komunikację marketingową. | | MI\_W03 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_W03 | podstawowe koncepcje i stanowiska teoretyczne występujące w badaniach marketingowych. Zna kryteria klasyfikacji oraz podstawowe typy badań marketingowych. Ma wiedzę dotyczącą etapów badań marketingowych i procesu budowy narzędzia badawczego | | MI\_W07 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_U01 | Analizować zjawiska i procesy dotyczące marketingu oraz porównywać je z założeniami modeli teoretycznych. Opisać mechanizmy marketingowego wpływu na zachowanie się podmiotów rynkowej wymiany. | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_U02 | Stworzyć narzędzie pozyskania informacji o preferencjach konsumentów poszukując przyczyn określonego stanu. Tworzy spójną kompozycję marketingową kierowaną do określonego segmentu rynku. | | MI\_U02 |  | Projekt grupowy obejmujący:   1. opracowanie pytań do ankiety badawczej 2. realizacja badania ankietowego 3. przygotowanie bazy danych do analizy danych empirycznych z wykorzystaniem programu MS Excel 4. obliczenia danych empirycznych | | |
| MI.C12.K\_U03 | Opracować i przeprowadzić syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu marketingu. | | MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_U04 | Definiować podstawowe pojęcia z zakresu marketingu, jego zasad i narzędzi. | | MI\_U04 | Ćwiczenia audytoryjne | Kolokwium  Egzamin | | |
| MI.C12.K\_U05 | poprawnie zaprojektować i zrealizować badanie marketingowe, w tym skonstruować narzędzie badawcze i opracować wyniki. Potrafi poprawnie opracować (analitycznie i interpretacyjnie) raport z badań marketingowych. | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | Projekt grupowy obejmujący:   1. opracowanie pytań do ankiety badawczej 2. realizacja badania ankietowego 3. przygotowanie bazy danych do analizy danych empirycznych z wykorzystaniem programu MS Excel 4. obliczenia danych empirycznych | | |
| MI.C12.K\_K01 | dostosować zachowanie do sytuacji – posiada kompetencje w zakresie etyki badawczej, w tym ochrony interesów respondentów | | MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach kiedy są wykonywane. | | |
| MI.C12.K\_K02 | Akceptuje różne koncepcje rozwiązań problemów postawionych do analizy w trakcie przygotowania projektów oraz stosownie argumentuje własne poglądy. | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach kiedy są wykonywane. | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 4 | | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  2 |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie projektu  Przygotowanie badania marketingowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  20  **50**  **2** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | | 3 |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Istota marketingu i jego rozwój. 2. Nabywcy, konsumenci i ich zachowania. Profil konsumentów. 3. Segmentacja rynku. Cechy, kryteria i przebieg segmentacji. Pozycjonowanie produktu w segmentach rynkowych. 4. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa. Otoczenie ogólne i operacyjne. Elementy zależne i niezależne otoczenia rynkowego. 5. Analiza strategiczna w marketingu. Analiza SWOT. Analiza pięciu sił Portera. Analiza SWOT / TOWS. Formułowanie normatywnych strategii działania. 6. Poziomy strategii przedsiębiorstw. Strategia marketingowa jako strategia poziomu funkcjonalnego. Wybrane warianty strategii marketingowej. 7. Ewolucja koncepcji marketing-mix. Produkt jako element marketingu-mix. Ranga ceny w kompozycji marketingu-mix. Cele polityki cenowej. Ukierunkowanie polityki cenowej. Wybór polityki cenowej. 8. Struktura, rodzaje i jakość produktu. Cykl życia produktu. Fazy, rodzaje, decyzje przedsiębiorstw i ich rezultaty. Model adaptowania innowacji. 9. Identyfikacja stylów życia klientów. Określanie znaczenia hierarchii potrzeb w marketingu. Analiza przebiegu procesu decyzji zakupowych. 10. Określenie znaczenia reklamy jako narzędzia marketingu. Etyka reklamy. Kobiecość w reklamie. Reklama funeralna. Archetyp macho. Erotyka w reklamie. Reklama kierowana do dzieci. – studium przypadków. 11. Promocja. Definicja i funkcje promocji. Promotion-mix (reklama, sprzedaż osobista, promocja sprzedaży, public relations). 12. Zarządzanie marketingiem. Analiza i ocena sytuacji, planowanie, organizowanie, realizacja i kontrola marketingu. 13. Pojęcie, funkcje, zakres i etapy badań marketingowych 14. Planowanie badania marketingowego, badania marketingowe wtórne i pierwotne. Metody gromadzenia danych pierwotnych. Źródła i analiza danych w badaniach wtórnych. Zasady opracowywania raportu z badań. Etyczne aspekty badań marketingowych. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład z elementami dyskusji moderowanej.  Prezentacja z wykorzystaniem multimediów, w tym tematycznych fragmentów filmowych.  Ćwiczenia projektowe obejmują dyskusję moderowaną, analizę i interpretację tekstów źródłowych, rozwiązywanie zadań, analizę studium przypadku, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Jeśli student nie był obecny lub nie uczestniczył w stopniu zadowalającym w realizacji projektu otrzymuje za niego ocenę 0 (mnożnik 0), co w istotny sposób obniża średnią ocenę z projektów. Obecność i zaangażowanie studenta pozwalają zachować mu ocenę uzyskaną za realizację projektu (mnożnik 1) |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | **Zaliczenie ćwiczeń**  aktywne uczestnictwo studentów w prowadzonej na ćwiczeniach dyskusji kierowanej – **5%**,  aktywność i poprawność rozwiązywania problemów postawionych do realizacji w trakcie ćwiczeń (średnia ocena z projektów zrealizowanych w trakcie ćwiczeń) - **30%.**  pozytywna ocena z kolokwium w formie testu sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury - **35%**  poprawne zrealizowanie wybranych przez prowadzącego ćwiczenia zagadnień do samodzielnego opracowania (referat z prezentacją) - **30%**  Ocena z ćwiczeń = 35% ocena z kolokwium + 30% średnia ocena z projektów + 30% średnia ocena za referat z prezentacją + 5% ocena za aktywność  **Na zaliczenie egzaminu:**  Egzamin pisemny przeprowadzony w oparciu o test jednokrotnego wyboru z możliwością rozszerzenia o część opisową - **100%**  **Ocena końcowa = 50% oceny z ćwiczeń + 50% oceny z egzaminu** |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Altkorn J. (red.), *Podstawy marketingu*, Instytut Marketingu, Kraków 2006. 2. Cheverton P., *Kluczowe umiejętności marketingowe. Strategie, techniki i narzędzia sukcesu rynkowego*, Helion, Gliwice 2006. 3. Flejterska E., Gracz L., Rosa G., Smalec A., *Marketing partnerski. Wybrane problemy*, Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego, Szczecin 2008. 4. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W. *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy.* PWE Warszawa 2008. 5. Kaczmarczyk S., *Badania marketingowe. Podstawy metodyczne*, PWE, Warszawa 2014 6. Kaden R. J., *Badania marketingowe*, PWE, Warszawa 2008 7. Kotler Ph., *Marketing*, Rebis, Warszawa 2005. 8. Mazurek-Łopacińska K., (red.), *Badania marketingowe. Teoria i praktyka,* PWN, Warszawa 2011 9. Maison D., *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta*, PWN, Warszawa 2010 10. Michalski E., *Marketing. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2009. 11. Pfaff D., *Badania rynku. Jak pozyskiwać najistotniejsze dla firmy informacje marketingowe*, BC Edukacja, Warszawa 2010 12. Wayne L. Winston, *Analiza marketingowa. Praktyczne techniki z wykorzystaniem analizy danych i narzędzi Excela*, Helion, Gliwice 2020. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy organizacji w biznesie C13 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fundaments of business organisations |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Piotr Lenik |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Teoria organizacji, ich typy oraz zmiany zachodzące w organizacjach. Zachowania organizacyjne, motywowanie, przywództwo, negocjacje, rywalizacja, współpraca. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń audytoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C13.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zewnętrzne i wewnętrzne uwarunkowania funkcjonowania organizacji w różnych sektorach, zachowań organizacyjnych oraz indywidualnych mechanizmów zachowania człowieka w organizacji. Zna wybrane modele zmian organizacyjnych, współczesnych systemów zarządczych oraz modele przywództwa | | MI\_W04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu teorie występujące w nauce o organizacji – ich czołowych przedstawicieli. Zna ogólne i podstawowe i ogólne założenia istoty organizacji, jej faz rozwoju i modeli cyklu życia oraz struktury otoczenia. Zna materialne i niematerialne podstawy działalności organizacji. | | MI\_W07 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_W03 | W stopniu ogólnym rodzaje organizacji oraz różne formy prawno-organizacyjne i własnościowe zorganizowanego działania. Zna podstawowe formy i zasady tworzenia struktur organizacyjnych. | | MI\_W06 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_U01 | Obserwować, opisać, analizować i interpretować podstawowe zjawiska i procesy zachodzące w organizacji z wykorzystaniem pojęć i ujęć z zakresu zachowań organizacyjnych. | | MI\_U 01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_U02 | Stosować techniki skutecznego komunikowania w celu interpretacji zachowania ludzi w organizacjach i rozwiązywania problemów z tego zakresu pojawiające się w praktyce zawodowej. | | MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_U03 | Skutecznie komunikować się w środowisku pracy, rozpoznawać relacje między członkami organizacji oraz względem organizacji wykorzystując je tę wiedzę dla dobra organizacji oraz w celu optymalnego wykorzystania potencjału członków organizacji. | | MI\_U07 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom otoczenia społecznego i biznesowego poprzez rozwijanie i skuteczne wykorzystanie zdolności interpersonalnych. Odnosi zdobytą wiedzę do projektowania własnych działań zawodowych i podejmowania inwestycji na rzecz własnego rozwoju zawodowego. | | MI\_U08 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_U05 | Określać zasoby niezbędne do funkcjonowania organizacji, nakreślać jej misję i cele oraz zaprojektować prosty schemat struktury organizacyjnej, w której będzie realizował cele zawodowe. | | MI\_U01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_K01 | Podjęcia społecznej odpowiedzialności za działania organizacji. Swoje zachowania organizacyjne kieruje ku dobru wspólnego. | | MI\_K02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| MI.C13.K\_K02 | Myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy | | MI\_K03 |  | |  | |
| MI.C13.K\_K03 | współdziałania organizacyjnego, także w organizacjach o globalnej i złożonej strukturze organizacyjnej wymagającej poszanowania odmienności kulturowych i dostrzegania różnic kompetencji w zespole interdyscyplinarnym. | | MI\_K01 | Ćwiczenia audytoryjne | | Kolokwium  Projekt praktyczny | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie do zajęć  **w sumie:**  ECTS | | | 10  15  25  **1** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Analiza przypadków  Projektowanie struktury organizacyjnej | | | 10  15  1 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Istota i pojęcie nauki o organizacji. Teorie organizacji. Wpływ rodzaju i typu organizacji na jej cele. Typologie organizacji. 2. Materialne i niematerialne podstawy działalności organizacji. Otoczenie organizacji. Działania i relacje w organizacji – studium przypadku. 3. Struktura organizacyjna. Formy prawno-organizacyjne i własnościowe oraz ich konsekwencje ekonomiczne i społeczne – wybór wariantu. Zasoby organizacyjne. 4. Indywidualne mechanizmy zachowania człowieka  w organizacji (m.in. rywalizacja, współpraca, opór, konflikty interpersonalne). 5. Podłoże i rodzaje zmian w organizacji. Problematyka konfliktów i oporów społecznych podczas zmian w organizacji. 6. Komunikowanie w organizacji. Współpraca, rozwiązywanie konfliktów, kreowanie innowacyjności oraz przedsiębiorczości organizacyjnej. 7. Przywództwo jako sposób kierowania ludźmi  w organizacjach. Rodzaje przywództwa oraz ich wpływ na zachowania organizacyjne. 8. Wybrane zagadnienia z obszaru motywowania. Motywowanie pracowników. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | - wykład informacyjny z prezentacją multimedialną  - studium przypadku  - gry decyzyjne  - dyskusja dydaktyczna |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | aktywność na zajęciach 10%  ocena końcowa z wykonania indywidualnego zadania praktycznego 20%  ocena z kolokwium 70% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Griffin R.W., *Podstawy zarządzania organizacjami*, PWN, Warszawa 2010 2. Lichtarski J. (red), *Podstawy nauki o przedsiębiorstwie*, Akademia Ekonomiczna, Wrocław 2007 3. Koźmiński A, Piotrowski W., *Zarządzanie. Teoria i praktyka*, PWN, Warszawa 2010 4. Robbins S. P., Judge T. A., *Zachowania w organizacji*, PWE, Warszawa 2011. 5. Kożuch B., *Nauka o organizacji*, CeDeWu, Warszawa 2013. 6. Kuc B. R., Moczydłowska J. M., *Zachowania organizacyjne. Podręcznik akademicki*, Difin, Warszawa 2009 7. Marek S., Białasiewicz M. (red), *Podstawy nauki o organizacji,* PWE, Warszawa 2011 8. Lenik P. (red.), *Zarządzanie organizacjami*, PWSZ, Krosno 2018 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C14 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Seminar and BA thesis |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 16 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | V i VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Bartosz Gołąbek |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Praca nad projektem komunikacji marketingowej oraz analizą jego wybranych aspektów. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin seminarium | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.C14.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Tę wiedzę stosuje w praktyce zawodowej i do pisania pracy licencjackiej. | | MI\_W01 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_W02 | W stopniu zaawansowanym teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych, skutecznie stosuje je w przygotowaniu praktycznej części pracy licencjackiej. | | MI\_W02 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_W03 | W zaawansowanym stopniu teorie, metody i zależności związane z komunikacją marketingową, które stanowią podstawy teoretyczne działalności zawodowej oraz badań prowadzonych w ramach seminarium nad własnym projektem komunikacji marketingowej. | | MI\_W03 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_W04 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia komunikacji społecznej, biznesowej oraz interpersonalnej. Zna zasady korzystania z nowoczesnych kanałów przesyłu informacji w mediach społecznościowym oraz z wykorzystaniem systemów zarządzania informacją wewnątrz organizacji. Stosuje je w praktyce zawodowej z poszanowaniem zasad współżycia społecznego. | | MI\_W04 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_W05 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu. Stosuje tę wiedzę w celu przygotowania i analizy skuteczności projektu systemu komunikacji marketingowej. | | MI\_W05 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_W06 | Podstawowe zasady ochrony prawa własności, przestrzega ich w działalności zawodowej oraz podczas pisania pracy dyplomowej. Skrupulatnie zaznacza źródła informacji. | | MI\_W06 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U01 | Wykorzystać posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | | MI\_U02 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U02 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje potrzebne do samodzielnego stworzenia funkcjonalnego projektu komunikacji marketingowej. | | MI\_U01 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U03 | Stosować narzędzia informatyczne, media i techniki skutecznego komunikowania w celach zawodowych, szczególnie w wykonywaniu zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych oraz komunikacji społecznej. | | MI\_U03 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu komunikacji marketingowej, społecznej a także teorii mediów, stylistyki oraz językoznawstwa. Stosuję odpowiedni język i styl do wykonania pracy dyplomowej. | | MI\_U04 | seminarium | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.C14.K\_U05 | Brać udział w debacie poprzez samodzielne i krytyczne podejście do pozyskanych informacji. Prezentuje cząstkowe wyniki swojej pracy i broni za pomocą argumentów wybranych przez siebie rozwiązań. | | MI\_U05 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U06 | Planować pracę w zespole, rozpoznawać kompetencje członków zespołu i uwzględniać ich indywidualne uzdolnienia; dzielić się zadaniami i odpowiedzialności za rezultaty pracy zespołu, zwłaszcza podczas wykonywania praktycznego projektu komunikacji marketingowej. | | MI\_U07 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_U07 | Dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego, przedstawia wyniki własnych badań i projektów oparte o aktualny stan wiedzy. | | MI\_U08 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza konsultacji swojego projektu komunikacji marketingowej. Przyjmuje krytyczne oceny własnych umiejętności ze spokojem i dąży do stałego podwyższania jakości swojej pracy. Jeśli jest świadom swoich ograniczeń nie waha się poprosić o pomoc członków zespołu lub opiekuna seminarium. | | MI\_K01 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Pragnie, aby jego projekt komunikacji marketingowej znalazł zastosowanie w życiu społecznymi służył dobru wspólnemu.. | | MI\_K02 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_K03 | Przejawiania inicjatywy, jest przedsiębiorczy, samodzielnie poszukuje tematu pracy dyplomowej. | | MI\_K03 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| MI.C14.K\_K04 | Przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów. Rozumie społeczną szkodliwość manipulacji i dezinformacji. | | MI\_K04 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **16** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 60  2 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu komunikacji marketingowej  Przygotowanie pracy dyplomowej  Lektura bibliografii przediotowej i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 100  200  50  **350**  **14** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 300  12 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | W toku kształcenia studenci zdobywają podstawowe kompetencje dotyczące zasad kształtowania komunikacji marketingowej w internecie. Poznają podstawy HTML i CSS a także wiele narzędzi do prowadzenia działalności komunikacyjnej i analitycznej w internecie. Dzięki nim projektują strony www oparte na silniku WordPress. Podczas całego toku studiów ćwiczenia praktyczne są realizowane na wcześniej utworzonych przez studentów stronach. Jako pracę licencjacką przedstawiają rozbudowaną stronę internetową o zoptymalizowanej zawartości i działających kanałach marketingowych. Dzięki znajomości licznych aspektów teoretycznych analizują jej działanie w przestrzeni komunikacyjnej, pod względem przewidywanej skuteczności rynkowej oraz jakości wykonania. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, analiza przypadka, analiza tekstu, wykład, dyskusja |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Prezentacja rezultatów cząstkowych – 70% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Allan Afuah, *Biznes internetowy strategie i modele*, Oficyna ekonomiczna, Warszawa 2003. 2. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 3. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 4. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 5. Grzegorz Mazurek, *Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości*, Poltext, Warszawa 2012. 6. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 7. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 8. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Krystyna Śliwińska, Mirosław Pacut, Oficyna, Warszawa 2011.   Lektura dodatkowa zależna od wybranego modułu specjalnościowego tematu pracy licencjackiej. |

# D1 Moduł specjalnościowy: Content Creator



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Język obcy D1.1/D2.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Foreign language course |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 26 |
| **Język wykładowy:** | niemiecki, rosyjski |
| **Rok akademicki:** | 2020/21 |
| **Semestr:** | I-VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Leszek Habrat, Urszula Raś |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Treści programowe zapewniają studentowi zyskanie biegłości językowej co najmniej B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego. Zakres tematyczny: globalizacja, media, technika, turystyka, edukacja, kształcenie się przez całe życie, relacje międzyludzkie, praca zawodowa, zagadnienia ekonomiczne. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 390h ćwiczeń warsztatowych | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| MI.D1.1/D2.1  K­­\_W01 | ma wiedzę z nauki o języku potrzebną do formułowania i rozwiązywania zadań związanych z zagadnieniami specjalistycznymi w języku polskim i językach obcych. | | MI\_W01 | Zajęcia warsztatowe | | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych | | |
| MI.D1.1/D2.1  K\_W02 | Zna zasady komunikacji społeczno-biznesowej i interpersonalnej w środowisku obcojęzycznym. | | MI\_W04 | Zajęcia warsztatowe | | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych | | |
| MI.D1.1/D2.1K\_W03 | ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu leksyki, gramatyki i pragmatyki języka polskiego i języka obcego, nieodzowną dla rozumienia i tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w standardowej odmianie języka obcego, o tematyce ogólnej i utylitarnej specjalistycznej. | | MI\_W01 | Zajęcia warsztatowe | | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych | | |
| MI.D1.1/D2.1 K\_W04 | ma podstawową wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji politycznych, administracyjnych, społecznych i gospodarczych krajów obszaru językowego – język obcy. | | MI\_W06 | Zajęcia warsztatowe | | Zaliczenie | | |
| MI.D1.1/D2.1  K\_W05 | potrafi sprawnie funkcjonować w przestrzeni publicznej w nowych mediach | | MI\_W04  MI\_W07 | Zajęcia warsztatowe | | Prezentacje | | |
| MI.D1.1/D2.1  K\_U01 | potrafi posługiwać się językiem obcym w zakresie sprawności pisania, czytania ze zrozumieniem, słuchania i mówienia zgodnym z wymaganiami określonymi dla poziomu co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia. | | MI\_U06 | Zajęcia warsztatowe | | Wypowiedzi pisemne i ustne | | |
| MI.D1.1/D2.1  K\_U02 | potrafi posługiwać się językiem obcym specjalistycznym w zakresie wystarczającym do działań w sferze zawodowej | | MI\_U06 | Zajęcia warsztatowe | | Tworzenie tekstów specjalistycznych w mediach | | |
| MI.D1.1/D2.1 K\_U03 | jest komunikatywny w prezentacjach medialnych i wystąpieniach publicznych. | | MI\_U01  MI\_U02  MI\_U03 | Zajęcia warsztatowe | | Dyskusja na zajęciach | | |
| MI.D1.1/D2.1 K\_K1 | jest odpowiedzialny za rzetelność wykonywanej pracy i jej społeczne skutki. | | K\_K02 | Zajęcia warsztatowe | | Udział w zajęciach i imprezach organizowanych przez uczelnię oraz firmę | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 26  (A+B) | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia warsztatowe  Pisemne testy zaliczeniowe  Konsultacje  **w sumie:**  ECTS | | | 390  10  10  410  13 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie ogólne (praca w bibliotece z tekstem lub nagraniem, praca z komputerem, praca w sieci) \  Paca na platformie e-learningowej Przygotowanie projektów/prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 300  40  60  400  13 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | 810  26 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Zakres tematyczny B1/B2: personalia, zamieszkanie, najbliższe otoczenie, środowisko, relacje międzykulturowe, komunikacja, gospodarka, nauka, podróże, usługi, zdrowie, zmysły, motoryka, praca i zawód, kształcenie, języki obce, czas wolny, rozrywka, kontakty międzyludzkie, polityka i społeczeństwo, przyszłość, komputer, media społecznościowe, słownictwo specjalistyczne dotyczące mediów.  2. Działania językowe B1/B2: wymiana informacji, ocena, komentarz, wyrażenie emocji, regulacja działania, konwencje społeczne, organizacja wypowiedzi, specyficzne aspekty kulturowe.  3. Pojęcia ogólne w zakresie B1/B2: osoby, rzeczy, pojęcia, egzystencja, przestrzeń, czas, ilość, cechy, relacje.  4. Gramatyka w zakresie B1/B2: rodzaje zdań, części mowy, pytania, słowotwórstwo, reguły fonetyczne.  5. Kształcenie sprawności językowych na poziomie B1/B2: interakcje językowe w formie pisemnej i ustnej, recepcja tekstu pisanego i słuchanego, produkcja tekstu pisanego i mówionego Powyższe treści obejmują minimum zakresu, konieczne do osiągnięcia poziomu biegłości B2. Poziom i treść zajęć jest dopasowana do możliwości i potrzeb studentów i firmy partnerskiej |
| **Metody i techniki kształcenia:** | podające (prezentacja), aktywizujące (gry i zabawy, rozwiązywanie zadań, dyskusja), eksponujące (środki multimedialne), praktyczne (symulacja, projekt) |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Kryteria oceny końcowej zaliczenie semestralne: Obecność i aktywność na zajęciach – 50% Prace kontrolne pisemne i oceniane dłuższe wypowiedzi ustne –50%. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | znajomość języka na poziomie A2-B1 |
| **Zalecana literatura:** | * 1. B. Braun, S. Dengler, N. Fügert, S. Hohmann: *Mittelpunkt neu*, 2016.  1. J. Becker, M. Merkelbach: *Deutsch am Arbeitsplatz*, 2016. Buscha, S. Szita: B-Grammatik, 2011. 2. Buscha, S. Szita: A*-Grammatik*, 2010 3. O. Charkiewicz, *Język rosyjski w życiu codziennym*, Wyższa Szkoła Ekonomiczna, Warszawa 2005. 4. S. Chwatow, R. Hajczuk, Русский язык в бизнесе, Warszawa 2000. 5. D. Chuchmacz, H. Ossowska, *Вот грамматика! Repetytorium gramatyczne z języka rosyjskiego z ćwiczeniami,* PWN, Warszawa 2010. 6. M. Cieplicka, D. Torzewska, *Русский язык. Kompendium tematyczno-leksykalne 2*, Poznań 2008. 7. M. Zdunik,S. Galant*, Repetytorium maturalne z języka rosyjskiego*, PWN, Warszawa 2014. 8. K. Gołąbek, P. Balandyk, *Русский язык: культура речи  и письма в деловом общении,* Kraków 2012. 9. T. Borucki, *Ćwiczenia z gramatyki praktycznej dla studentów filologii rosyjskiej*, pod red. J. Henzla, Kraków 1997. 10. M. Cieplicka, D. Torzewska, Русский язык. *Kompendium tematyczno-leksykalne 2*, Poznań 2008. 11. M. Fidyk, T. Skup-Stundis, *Nowe repetytorium z języka rosyjskiego*, PWN, Warszawa 2005. 12. A. Gołubiewa, N. Kowalska, *Русский язык сегодня*, Warszawa 2007. 13. A. Pado, *Ты за или против?*, Warszawa 2003. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Język obcy – D1.1, D2.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | English as a Foreign Language |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 26 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2020/2021 |
| **Semestr:** | I-VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Joanna Ziobro-Strzępek |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Kurs rozwija receptywne i produktywne sprawności językowe, zarówno w mówieniu jak i pisaniu, co ma na celu osiągnięcie poziomu językowego B2 według ESOKJ. Treści kształcenia dotyczą zaawansowanych sprawności komunikacyjnych niezbędnych w funkcjonowaniu w różnorodnych sytuacjach życia codziennego oraz bardziej typowych sytuacjach życia zawodowego. Dlatego rozszerzone zostały: zakres słownictwa, struktur gramatycznych oraz zwiększona została liczba godzin przeznaczonych na ćwiczenie w rozumieniu i tworzeniu tekstów użytkowych. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 390 godzin – ćwiczenia warsztatowe | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| MI.D1.1.K\_W01/  MI.D2.1.K\_W01 | zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych | | MI\_W01 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy |
| MI.D1.1.K\_U01/  MI.D2.1.K\_U01 | posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w podstawowym zakresie specjalistycznym. | | MI\_U06 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy |
| MI.D1.1.K\_K01/  MI.D2.1.K\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole. | | MI\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | prace zaliczeniowe  testy |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** |  | | | Stacjonarne | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 390  390  16 |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | Przygotowanie do zajęć i testów  **w sumie:**  ECTS | | | 300  300  10 |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | ćwiczenia  samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | | 390  300  690  26 |  | |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Zaleca się u studenta rozpoczynającego kurs znajomość języka na poziomie minimum B1. Poziom zajęć jest dopasowany do możliwości i potrzeb studentów w grupie. W ciągu pierwszego roku studiów studenci zdobywają kompetencje językowe co najmniej na poziomie B1+, niezbędne do realizacji zajęć w kolejnych semestrach. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Dominującą metodą kształcenia jest metoda komunikatywna wykorzystująca indywidualne formy pracy, pracę w parach lub w całej grupie w oparciu o zadania, ćwiczenia, dyskusje, prezentacje multimedialne, projekty. Praca na zajęciach skoncentrowana jest na rozwijaniu sprawności słuchania, mówienia, czytania i pisania. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | aktywne uczestnictwo w zajęciach: 20%  prace pisemne przygotowywane poza zajęciami: 20%  testy: 60%  Wymagane jest zaliczenie wszystkich powyższych elementów. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaleca się znajomość języka u studenta rozpoczynającego kurs na poziomie B1. Aby kontynuować naukę na roku II i III student musi zaliczyć materiał kursu obowiązujący w roku poprzednim – odpowiednio I i II. |
| **Zalecana literatura:** | 1. *English File fourth edition Upper-Intermediate,* Christina Latham-Koenig and Clive Oxenden, Kate Chomacki and Jerry Lambert, Oxford University Press  **Uzupełnienie:**  1. *Destination B2 Grammar and Vocabulary*,Malcolm Mann, Seve Taylore-Knowles, Macmillan  2. Oxford Advanced Learner’s Dictionary  3. *Wielki słownik angielsko – polski PWN* |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Content marketing D1.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Content marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | III |
| **Koordynator przedmiotu:** | Inż. Karolina Czajkowska |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Zasady tworzenia treści, techniczne aspekty publikowania w sieci, analiza zawartości | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D1.2.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Potrafi wiedzę tę stosować do tworzenia treści komunikacji marketingowej. | | MI\_W01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z zastosowaniem content marketingu, | | MI\_W03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_W03 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją za pomocą treści w mediach społecznościowych i w przestrzeni internetu. | | MI\_W04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu dostarczenia publiczności interesującej i użytecznej treści spełniającej oczekiwania zleceniodawcy komunikacji marketingowej. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu content marketingu. Komunikuje się z członkami zespołu w sposób profesjonalny. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_U03 | Wyraża swoje opinie w kulturalny sposób, jest świadomy technik manipulacyjnych i dezinformacyjnych stosowanych w komunikacji marketingowej. | | MI\_U05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.2.K\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | |  | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Wprowadzenie do zajęć * Czym jest content marketing i jak działa? * Formy content marketingu i ich tworzenie * Content Marketing. Strategia i działania taktyczne * Trendy w Content Marketingu * Storytelling, czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu marki * Video marketing, YouTube i relacje live * Główne zasady copywritingu SEO - jak pisać, by zauważyć efekty * Jak prowadzić bloga firmowego - Analiza, publikacje i inne * Narzędzia przydatne w Content Marketingu * Fresh content, Evergreen content i recykling treści * Czym jest Branding i jak go budować? * E-mail marketing - jak pisać newsletter * Surfer, Content Editor * Wezwanie do działania (CTA) - dlaczego jest ważne * Content marketing & Social Media * Jak pisać opisy produktów, kategorii, opisy na stronę itd. * Jak pisać artykuły - treści zewnętrzne i wewnętrzne * Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (typy linków) * Marketing wirusowy - czym jest i jak działa, content marketing a marketing wirusowy |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Barbara Stawarz-García, *Content marketing i social media*, PWN, Warszawa 2017. 2. Dariusz Puzyrkiewicz, *Biblia copywritingu*, Wyd. II poszerzone, Helion, Gliwice 2019. 3. Joanna Wrycza-Bekier, *Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą*, Wyd. 2, One Press, Gliwice 2018. 4. Ewa Szczepaniak, *Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć treści, które podbiją internet*, One Press, Gliwice 2019. 5. Steve Krug, *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, wydanie III, Helion, Gliwice 2014. 6. Artur Jabłoński, *Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting*, Helion, Gliwice 2017. 7. Maciej Dutko, *Copywriting internetowy*, PWN, Warszawa 2012. 8. Magdalena Jaworowicz, *Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej,* Difin, Warszawa 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Promocja marki D1.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Brand marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Wojciech Budziak |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kanały marketingowe, identyfikacja wizualna marki, logotyp | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| MI.D1.3.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zna teorie z zakresu marketingu marki. | | MI\_W03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| MI.D1.3.K\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem wizerunku marki. | | MI\_W04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| MI.D1.3.K\_W03 | Podstawowe zasady ochrony własności intelektualnej, szczególnie w zakresie przestrzegania praw zastrzeżonych i wizerunku. | | MI\_W06 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| MI.D1.3.K\_U01 | Samodzielnie zaprojektować logotyp oraz strategię wizerunkową marki. | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| MI.D1.3.K\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu brand marketingu. Komunikuje się z członkami zespołu w sposób profesjonalny. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| MI.D1.3.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wprowadzenie do przedmiotu, omówienie podstawowych zagadnień 2. Omówienie internetowych kanałów marketingowych służących budowaniu marki.    1. Strona www    2. Pozycjonowanie    3. Kampanie ppc    4. Social media    5. Content marketing    6. E-mail marketing    7. Wizytówka Google    8. Reklama wideo    9. Marketing szeptany    10. Serwisy ogłoszeniowe 3. Identyfikacja wizualna marki 4. Spójność przekazu 5. Rola i cechy dobrego logotypu |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, *Kapitał marki w mediach społecznościowych,* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019. 2. Jarosław Królewski, Paweł Sala*, E-marketing. Współczesne trendy Pakiet startowy,* PWN, Warszawa 2016. 3. Paweł Tkaczyk, *Zakamarki marki,* Helion*,* Gliwice 2017. 4. Katarzyna M. Staszyńska, *Marka, konsument, badacz*, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 5. Szczepański Jarek, *Złota strategia marki*, One Press, Gliwice 2018. 6. Donald Miller, *Model StoryBrand. Zbuduj skuteczny przekaz dla swojej marki,* mt biznes, Warszawa 2018. 7. Laura Ries, Al Ries, *Wizualny młotek. Jak wbić do głowy przekaz marki dzięki emocjonalnej sile obrazu*, Helion, Gliwice 2016. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Projekty graficzne D1.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Graphic design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | VI |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Mirosław Rymar |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy programów do obróbki graficznej Adobe Photoshop i Gimp. Projektowanie logi i infografik | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D1.4.K\_W01 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem plików graficznych oraz skutecznym komunikowaniem wizualnym w przestrzeni nowych mediów . | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_U01 | Stosować profesjonalne oprogramowanie do tworzenia graficznej oprawy projektu marketingowego, w tym także poprzez przemyślane powiązanie graficznego designy z treścią komunikacji marketingowej. | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_U02 | Stosować oprogramowanie Gimp I Adobe Photoshop do w celach zawodowych, szczególnie do zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu komunikacji wizualnej, brand marketingu i estetyki projektowania. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_U04 | Pracować efektywnie w zespole, rozpoznawjąc uzdolnienia graficzne jego członków, fachowo wspomagając pracę nad wizualną stroną komunikatu. | | MI\_U07 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_U05 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących przesyłania informacji oraz zarządzania relacjami z klientami, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów tworzenia projektów graficznych; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.4.K\_K03 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wprowadzenie do narzędzia Adobe Photoshop / GIMP 2. Zasady projektowania identyfikacji wizualnej 3. Projektowanie Logo 4. Projektowanie grafiki reklamowej 5. Kreacje postów do social media 6. Projektowanie grafiki strony internetowej |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Jack Gernsheimer, *Ponadczasowe logo. Projektowanie znaków odpornych na działanie czasu*, Helion, Gliwice 2013. 2. Fiell Charlotte, Fiell Peter, *Design*, Arkady, Warszawa 2019. 3. David Dabner, Eric Zempol, Sandra Stewart, *Szkoła projektowania graficznego,* Arkady, Warszawa 2019. 4. Mark Smiciklas, *Infografiki. Praktyczne zastosowanie w biznesie*, Helion, Gliwice 2014. 5. Błażej Witkowski, *GIMP. Poznaj świat grafiki komputerowej*, Helion, Gliwice 2019. 6. Włodzimierz Gajda, *GIMP. Praktyczne projekty*. Wydanie III, Helion, Gliwice 2015. 7. Anna Benicewicz-Miazga, *Grafika w biznesie. Projektowanie elementów tożsamości wizualnej - logotypy, wizytówki oraz papier firmowy,* wydanie II, Helion, Gliwice 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Analityka w Social Media D1.5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Social Media Analiysis Tools. |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | V |
| **Koordynator przedmiotu:** | Paulina Budziak |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Menadżer reklam, zarządzenie reklamą w serwisach społecznościowych, konfigurowanie listy odbiorców | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D1.5.K\_W01 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z analityką w mediach społecznościowych. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_W02 | Zasady korzystania z narzędzi do komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych i analizowania jej skuteczności. | | MI\_W04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje dotyczące komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych. Na podstawie tych informacji wyciągać poprawne wnioski co do osiąganych wyników oraz czynników je warunkujących. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U02 | Stosować funkcjonalności serwisów społecznościowych służące do mierzenia zasięgu i skuteczności komunikacji marketingowej. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu analityki mediów społecznościowych, | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U04 | Brać udział w debacie i prezentować własne interpretacje uzyskanych wyników. | | MI\_U05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U05 | Pracować efektywnie w zespole, wskazywać na podstawie analiz zasięgu i skuteczności na mocne i słabe strony zespołu i jego poszczególnych członków. | | MI\_U07 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_U06 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących analizie komunikacji marketingowej w mediach społecznościowych; chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_K01 | Krytycznej oceny uzuskanych wyników, dostosowywania narzędzi do okoliczności. W wypadku trudności konsultowania wyników cząstkowych z zespołem lub ekspertami. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.5.K\_K03 | Zmiany własnego postępowania, przejęcia roli twórczego lidera , jeśli analizy wskazują na zagrożenie dobra wspólnego. | | MI\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Czym jest piksel Facebooka i jak go poprawnie skonfigurować? 2. Cele reklamowe w menedżerze reklam. 3. Dopasowywanie i konfigurowanie grupy odbiorców. 4. Tworzenie reklam na Facebooku i Instagramie. 5. Śledzenie wyników kampanii i ich optymalizacja. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <http://www.socialmediatoday.com>  <http://www.marketingthink.com>  <http://www.mediabistro.com> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Tworzenie i aktualizacja Fanpage D1.6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fanpage creation and update. |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | III |
| **Koordynator przedmiotu:** | Mgr Artur Janas |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe narzędzia RealTime marketing, fanpage Facebook. Wykorzystanie YouTube w marketingu. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D1.6.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z marketingiem w przestrzeni nowych mediów. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.6.K\_U01 | Stosować funkcjonalności serwisów społecznościowych do budowania relacji z odbiorcami fanpage. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.6.K\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu komunikacji za pomocą serwisów społecznościowych. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.6.K\_U03 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących podtrzymywaniu relacji z odbiorcami, chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.6.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, rozpoznawania własnych mocnych stron i niepowodzeń w relacjach z odbiorcami komunikacji marketingowej a także w zespole. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D1.6.K\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 75  3 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Jak stworzyć fanpage firmowy na poszczególnych kanałach społecznościowych. 2. Charakterystyka poszczególnych kanałów społecznościowych. 3. Jak tworzyć treści na fanpage. 4. Real Time Marketing w mediach społecznościowych. 5. Tworzenie skutecznej strategii budowy profilu. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem zaliczenia jest utworzenie oraz zaplanowanie postó w okresie tygodniowym, w branży wskazanej przez egzaminatora |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | tak |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Konsultacje w wyznaczonych godzinach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Katarzyna Bachnik, Justyna Szumniak-Samolej, *Potencjał biznesowy mediów* *społecznościowych*, Poltext, Warszawa 2015. 2. Iwona Lupa-Wójcik, *Social media*. *Strategicznie. wprowadzenie*, Wydawnistwo Sphia Bauty, Katowice 2018. 3. M. Czaplicka, *Uwiedź klienta. Marketing w social mediach*, PWN, Warszawa 2019. 4. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 5. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 6. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 7. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 8. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 9. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Śliwińska Krystyna, Pacut Mirosław, Oficyna Wolters, Warszawa 2011. |

# D2 moduł specjalnościowy: Specjalista SEM



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Linkbuilding D2.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Linkbuilding |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | III |
| **Koordynator przedmiotu:** | Daniel Jędrysik |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Linki i pozycjonowanie, rodzaje linków, zaplecze linkbildingowe, | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.2.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z tworzeniem odnośników i połączeń hipertekstowych. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_U01 | Stosować funkcjonalności i serwisy umożliwiające sieciowanie i tworzenie połączeń hipertekstowych zwiększających widoczność treści. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu networkingu i informatyki sieciowej. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_U03 | Pracować efektywnie w zespole, tworząc liczne relacje z innymi twórcami treści internetowych, także w środowisku międzynarodowym. | | MI\_U07 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom środowiska wirtualnego oraz sposobów jego zagospodarowywania wspólnej przestrzeni sieci. Chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów sieciowania i współpracy w ramach międzynarodowej sieci Internet. Chętnie sięga po rozwiązania wypracowane we współpracy z innymi zespołami. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących współpracy między twórcami treści internetowych. rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.2.K\_K03 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  20  **65**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 95  4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Rola linków w pozycjonowaniu 2. Rodzaje linków oraz sposoby pozyskiwania    1. Artykuły sponsorowane    2. Artykuły gościnne    3. Networking    4. Wpisy katalogowe    5. Komentarze na blogach    6. Linki z profili na forach    7. Współpraca z partnerami i wymiana linków    8. Strony satelity    9. Banery reklamowe    10. PBN - prywatne zaplecze    11. Systemy wymiany linków i Blasty 3. Wykorzystanie profilu linków konkurencji 4. Strategia linkbuildingowa 5. Nieetyczne techniki linkbuildingu |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Algorytmy wyszukiwarek D2.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | WWW browser algorythms. |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Daniel Jędrysik |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe algorytmy wyszukiwarek oraz optymalizacja treści pod kątem wyszukiwania za pomocą tych algorytmów. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.3.K\_W01 | W stopniu zaawansowanym wpływ algorytmów wyszukiwania na dostępność i widoczność informacji przechowywanej w repozytoriach internetowych. | | MI\_W02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_W02 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne służące wyszukiwaniu w przeglądarkach internetowych. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje za pomocą wyszukiwarek internetowych, będąc świadomym zasad wyszukiwania w nich stosowanych. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U02 | Dostosować swą praktykę komunikacyjną w internecie do zasad stosowanych w wyszukiwarkach internetowych. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu algorytmów wyszukiwania | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących wyszukiwaniu danych; chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_K01 | Krytycznej oceny dokonanych przez siebie zabiegów optymalizujących | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  20  **65**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 95  4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Jak działa wyszukiwarka Google 2. Czym są algorytmy i jak często są aktualizowane 3. Algorytmy Google - omówienie najpopularniejszych algorytmów i aktualizacji    1. PageRank    2. Panda    3. Page Layout / Above the Fold    4. Pingwin    5. Pirat    6. Phantom    7. Exact Match Domain Update    8. Payday Loan    9. Koliber    10. Gołąb    11. Mobilegeddon / Mobile Friendly Update / Mobile First Index    12. RankBrain    13. Opos    14. Google Intrusive Interstitials Mobile Penalty    15. Medical Update    16. Site Diversity Update    17. November Local Search Update    18. BERT - Natural Language Processing Update 4. Algorytm wyszukiwarki YouTube |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Eric Schmidt, Jonathan Rosenberg*, How Google Works,* John Murray Publishing, 2015. 2. *Biblia e-biznesu 2. Nowy Testament,* Red.Macieja Dutko, Helion, Gliwice 2016. 3. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 4. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017.   <https://www.google.com/intl/pl/search/howsearchworks/algorithms/>  <http://www.algorytm.edu.pl/algorytmy-maturalne/wyszukiwanie-binarne.html> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Optymalizacja stron internetowych D2.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Web Page optymization. |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Sławomir Czajkowski |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe metody optymalizacji treści oraz pozycjonowania stron internetowych. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.3.K\_W01 | W stopniu zaawansowanym wpływ technik optymalizacji stron internetowych na treść komunikacji i kształt formalny tekstu. | | MI\_W02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_W02 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne służące pozycjonowaniu i optymalizacji stron. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje za pomocą wyszukiwarek internetowych, będąc świadomym zasad wyszukiwania w nich stosowanych. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U02 | Dostosować swą praktykę komunikacyjną w internecie do zasad stosowanych w wyszukiwarkach internetowych. | | MI\_U03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu optymalizacji stron, pozycjonowania i wyszukiwarek internetowych. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących wyszukiwaniu danych; chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_K01 | Krytycznej oceny dokonanych przez siebie zabiegów optymalizujących | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.3.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  20  **65**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 95  4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wprowadzenie 2. Optymalizacja techniczna strony    1. Plik robots.txt,    2. Sitemap.xml,    3. .htaccess    4. Indeksacja stron - problemy i przeciwdziałanie    5. Szybkość ładowania się strony    6. Wersja mobilna strony    7. Certyfikat SSL    8. Budowanie struktury witryny    9. Struktura adresów url i parametry    10. Linkowanie wewnętrzne - rodzaje i zastosowanie    11. Dane strukturalne - typy, rodzaje, zastosowanie    12. Kody odpowiedzi serwera. Rola przekierowań w SEO    13. adresy kanoniczne    14. Omówienie istotnych parametrów serwera 3. Optymalizacja semantyczna strony    1. Keyword research    2. Meta tagi - title, description, keywords    3. Struktura treści - struktura nagłówków, znaczniki html (dfn, span, p, itp.)    4. Optymalizacja plików graficznych - nazwa, rozmiar, opisy alternatywne, podpis pod obrazkami    5. Optymalizacja strony z użyciem SurferSEO - zagęszczenie słów kluczowych, common i prominent words, similar keywords, above the fold 4. Elementy dodatkowe - favikona, popupy, |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. John I. Jerkovic, *Wojownik SEO. Sztuka osiągania najwyższych pozycji*, Helion, Gliwice 2011. 2. Bartosz Danowski, Michał Makaruk, *Pozycjonowanie i optymalizacja stron WWW,* wyd. III, Helion, Gliwice 2011. 3. Kusiak Jan, Danielewska-Tułecka Anna, Oprocha Piotr, *Optymalizacja. Wybrane metody z przykładami zastosowań,* PWN, Warszawa 2019. 4. Szymon Owedyk, *Ogarnij pozycjonowanie stron www i SEO - prosto i na temat czyli dla Każdego!,* Warszawa 2019.   <https://www.szymonslowik.pl/seo-co-to-jest/>  <https://www.searchenginejournal.com/website-optimization-essentials/280641/>  <https://poradnikprzedsiebiorcy.pl/-seo-i-sem-co-to-takiego>  YouTube – kanał: Projekt Marketing. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Analityka SEM D2.5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Web Page optymization. |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | V |
| **Koordynator przedmiotu:** | Piotr Rysz |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Narzędzia analityczne Google Data Studio, Google Analytics, tagi i Tag Manager. . | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.5.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i metody pomiaru parametrów komunikacji marketingowej oferowane przez narzędzia Google. | | MI\_W03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_W02 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne służące analityki marketingu internetowego. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje za pomocą narzędzi Google, dobierać stosowane testy w zależności od potrzeb zawodowych. Poprawnie raportować analizę wyników. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_U02 | Wykorzystać wiedzę o komunikacji marketingowej i jej parametryzacji za pomocą narzędzi Google Analytics w celu tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych praktycznych i przyjaznych dla klienta. | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu marketingu internetowego. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_U04 | Zlecać części analiz fachowcom w zespole, rozpoznawać kompetencje i uzdolnienia członków zespołu i własne w celu najlepszego wykorzystania potencjału osobowego organizacji. | | MI\_U07 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_U05 | Dostosowywać narzędzia do zmian rynku i środowiska społecznego, uwzględniać te zmiany w planowaniu swego rozwoju zawodowego. | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności analitycznych, poszukiwania środków ich podwyższenia. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_K02 | Reagowania na niekorzystne zmiany obyczaju w środowisku zawodowym, działania w zgodzie z wartościami społeczeństwa obywatelskiego. | | MI\_K02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.5.K\_K03 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  20  **65**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 95  4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Wprowadzenie, omówienie podstawowych zagadnień związanych z przedmiotem. 2. Wprowadzenie do Google Analytics 3. Tworzenie konta w Google Analytics 4. Implementacja tagu śledzenia w witrynie internetowej opartej na HTML lub CMS - Wordpress 5. Poprawna konfiguracja konta w Google Analytics 6. Określanie celów witryny internetowej 7. Zasady działania Google Analytics i proces zbierania danych 8. Najważniejsze etapy konfiguracji 9. Omówienie interfejsu 10. Efektywna praca z niestandardowymi raportami 11. Monitorowanie efektów SEO 12. Wprowadzenie do Google Tag Manager 13. Jak prawidłowo skonfigurować Google Tag Manager 14. Struktura Google Tag Managera 15. Google Tag Manager na stronie internetowej 16. Instalacja podstawowych skryptów 17. Tworzenie raportów w Google Data Studio 18. Wykorzystanie Arkuszy Google do raportowania efektów |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. John Reed, *Marketing internetowy Szybkie łącze z klientami*, Helion, Gliwice 2015. 2. Piotr R. Michalak, Damian Daszkiewicz, Anna Musz, *Marketing wirusowy w internecie*, Helion, Gliwice 2009. 3. Paweł Lenar, *MLM. Profesjonalny marketing sieciowy*, One press, Gliwice 2011. Kristina Cutura, 4. *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 5. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 6. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015.   <https://marketingwsieci.pl/slownik-e-marketingu/sem/>  <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/>  <https://www.whitepress.pl/baza-wiedzy/46/google-analytics-dla-poczatkujacych> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Audyt kampanii marketingowej D2.6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing performance evaluation |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | IV |
| **Koordynator przedmiotu:** | Przemysław Durał |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu (GSC, GA, SF, DevTools, GPSI, Ahrefs), analityka Google Ads, UX – czynniki wpływające na zachowania odbiorców | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin warsztatów laboratoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.6.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zależności parametrów komunikacji marketingowej od czynników środowiska rynkowego i doświadczeń klientów | | MI\_W03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_W02 | W zawansowanym stopniu narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu: GSC, GA, SF, DevTools, GPSI, Ahrefs. Potrafi zastosować je w praktyce zawodowej. Ruzumie zasady i zakres możliwości ich działania. | | MI\_W05 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje konieczne do przeprowadzenia wartościowego audytu komunikacji marketingowej. | | MI\_U01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_U02 | Wykorzystać wiedzę o sposobach pomiaru rezultatów komunikacji marketingowej do oceny własnych projektów SEM. | | MI\_U02 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu marketingu internetowego, szczególnie w odniesieniu do narzędzi do przeprowadzania audytu marketingu internetowego. | | MI\_U04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_U04 | Zlecać części analiz fachowcom w zespole, rozpoznawać kompetencje i uzdolnienia członków zespołu i własne w celu najlepszego wykorzystania potencjału osobowego organizacji. | | MI\_U07 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_U05 | Dostosowywać narzędzia audytu do zmian rynku i środowiska społecznego, uwzględniać te zmiany w planowaniu swego rozwoju zawodowego. | | MI\_U08 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności analitycznych, poszukiwania środków ich podwyższenia, w celu sporządzania adekwatnych audytów SEM. | | MI\_K01 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | MI\_K03 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| MI.D2.6.K\_K03 | Uczciwego dochodzenia do prawdy o działalności marketingowej przedsiębiorstwa i zrozumiałego prezentowania wyniki audytu. | | MI\_K04 | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia praktyczne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  1 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  20  **65**  **3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | |  | | | 95  4 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | SEO   1. Wprowadzenie, omówienie podstawowych zagadnień związanych z przedmiotem. 2. Narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu (GSC, GA, SF, DevTools, GPSI, Ahrefs, itp.) 3. On-Page - Analiza czynników na stronie internetowej 4. Off-Page - Analiza czynników zewnętrznych 5. Robots - Analiza czynników odpowiadających za poprawne skanowanie i indeksacje serwisu 6. UX - Analiza czynników wpływających na zachowania użytkowników   ADS   1. Czym jest audyt Google Ads? 2. Ustawienia konta Google Ads oraz sprawdzenie poprawności połączenia z Google Analytics 3. Ogólne ustawienia kampanii (sprawdzenie: strategii ustalania stawek, odpowiednio dobranych typów kampanii, zastosowanych słów kluczowych) 4. Analiza użytych w kampanii słów kluczowych (sprawdzenie dopasowań oraz listy wykluczonych słów kluczowych) 5. Analiza tekstów reklamowych oraz ich rozszerzeń 6. Sprawdzenie konwersji oraz poprawności ich mierzenia 7. Analiza wyników kampanii |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce,* Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. 2. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 3. Paweł Lenar, *MLM. Profesjonalny marketing sieciowy*, One press, Gliwice 2011. Kristina Cutura, 4. *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 5. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 6. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015.   <https://www.mediabuzz.com.sg/archive/2011/july/1330-marketing-performance-measurement-mpm>  <https://marketingwsieci.pl/slownik-e-marketingu/sem/>  <https://marketingplatform.google.com/about/analytics/> |

# D4 W zakresie praktyk



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Praktyka zawodowa D4.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Professional practice |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 33 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2021/2022 |
| **Semestr:** | 3, 4, 5, 6 |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr inż. Małgorzata Górka |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poszerzenie wiedzy studentów zdobytej na studiach i rozwinięcie umiejętności jej wykorzystania w praktyce zawodowej; skonfrontowanie posiadanych umiejętności z wymaganiami stawianymi przez pracodawców; nabycie doświadczenia zawodowego. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | stacjonarne – praktyka zawodowa 24 tygodnie  Semestr 3 – 240h (6 tygodni)  Semestr 4 – 320h (8 tygodni)  Semestr 5 – 240h (6 tygodni)  Semestr 6 – 160h (4 tygodnie) | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D4.1.K\_W01 | Student zna i rozumie znaczenie marketingu i strategii marketingowych w Internecie, | | MI\_W01  MI\_W03 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI.D4.1.K\_W02 | Student zna i rozumie zasady funkcjonowania Content Marketingu. | | MI\_W02  MI\_W04 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI.D4.1.K\_W03 | Student zna i rozumie funkcjonowanie Social Mediów | | MI\_W05 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI.D4.1.K\_W04 | Student zna i rozumie znaczenie i rodzaje E-mail marketing. | | MI-W06  MI\_W07 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI. D4.1.K\_U01 | Student potrafi obsługiwać produktu i usługi w zakresie marketingu | | MI\_U01  MI\_U02 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI. D4.1..K\_U02 | Student potrafi prowadzić bloga firmowego. | | MI\_U03  MI\_U04 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI. D4.1.K\_U03 | Student potrafi napisać treści reklamowe zewnętrzne i wewnętrzne. Zna zasady i typy linków. | | MI\_U05  MI\_U07 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI. D4.1.K\_U04 | Student umie wykorzystać mailing przy realizacji onboardingu, | | MI\_U08 | Uczestnictwo w praktykach | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| MI. D4.1.K\_K01 | Student nabywa kompetencje pracy w zespole | | K\_K01  K\_K02 | Opinia opiekuna | | Ocena wystawiona przez opiekuna praktyk | |
| MI. D4.1.K\_K02 | Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy | | K\_K03  K\_K04 | praktyka | | Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **33**  Semestr 3 – 8 ECTS  Semestr 4 – 12 ECTS  Semestr 5 – 8 ECTS  Semestr 6 – 5 ECTS | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Semestr 3  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 4  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 4  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 6  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  **w sumie:**  ECTS | | | 240h  4h  1h  320h  4h  1h  240h  4h  1h  160h  4h  1h  **980**  **32,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Samodzielna praca studenta  **w sumie:**  ECTS | | | **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Praca z pracodawcą  Samodzielna praca studenta  **w sumie:**  ECTS | | | 960  10  **970**  **32,3** | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Semestr 3:**  Internet i jego możliwości w promocji. Obecność w Internecie. Strategia biznesowa w Internecie. Wprowadzenie do optymalizacji stron (SEO). Reklamy w wyszukiwarkach. Kampanie w wyszukiwarkach. Media społecznościowe. Urządzenia mobilne. Marketing treści. Analityka. Sprzedaż w Internecie  **Semestr 4:**  Poznanie zasad funkcjonowania content marketingu. Formy content marketingu i ich tworzenie. Content Marketing. Strategia i działania taktyczne  Trendy w Content Marketingu. Storytelling, czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu marki. Video marketing, YouTube i relacje live. Główne zasady copywritingu SEO - jak pisać, by zauważyć efekty. Jak prowadzić bloga firmowego - Analiza, publikacje i inne. Narzędzia przydatne w Content Marketingu. Fresh content, Evergreen content i recykling treści.  E-mail marketing - jak pisać newsletter. Surfer, Content Editor.  **Semestr 5:** Content marketing & Social Media. Działania (CTA). Jak pisać opisy produktów, kategorii, opisy na stronę itp. Jak pisać artykuły - treści zewnętrzne i wewnętrzne. Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (typy linków). Marketing wirusowy - czym jest i jak działa, content marketing a marketing wirusowy.  **Semestr 6:**  E-mail marketing. Rodzaje e-mail marketingu. Konfiguracja i zarządzanie newsletterem na stronie. Wykorzystanie e-mail marketingu przy up-sellingu i cross-sellingu. Konfiguracja i zarządzanie cold mailingiem. Autoresponder - czym jest i jak stosować. Wykorzystanie mailingu przy realizacji onboardingu. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | obserwacje, ćwiczenie projektowe, komputerowe ( laboratoryjne) |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** |  |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** |  |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Na zaliczenie praktyki:  Przygotowanie dziennika praktyk 50%  Opinia opiekuna praktyk 20%  Zaliczenie ustne 30% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** |  |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu kształcenia podstawowego i kierunkowego |
| **Zalecana literatura:** | Dobierana według potrzeb praktyki |

# E Grupa przedmiotów z dziedziny nauk humanistycznych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do marketingu internetowego . E1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to digital marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | Od 2020/2021 |
| **Semestr:** | 1 |
| **Koordynator przedmiotu:** | Mgr Wojciech Budziak |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Elementy wprowadzające studentów do bieżących tendencji technologicznych związanych z marketingiem internetowym. Kurs zakończy się podstawową i bezpłatną certyfikacją Google. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin – ćwiczenia | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.D2.3.K\_W01 | W stopniu zaawansowanym wpływ technik optymalizacji stron internetowych na treść komunikacji i kształt formalny tekstu. | | | MI\_W02 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_W02 | W zawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne służące pozycjonowaniu i optymalizacji stron. | | | MI\_W05 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje za pomocą wyszukiwarek internetowych, będąc świadomym zasad wyszukiwania w nich stosowanych. | | | MI\_U01 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_U02 | Dostosować swą praktykę komunikacyjną w internecie do zasad stosowanych w wyszukiwarkach internetowych. | | | MI\_U03 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu optymalizacji stron, pozycjonowania i wyszukiwarek internetowych. | | | MI\_U04 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących wyszukiwaniu danych; chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | | MI\_U08 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.D2.3.K\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | | MI\_K03 | | ćwiczenia praktyczne | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| MI.E1.K\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. | | | MI\_W01 | | ćwiczenia praktyczne | | Obecność na zajęciach, test certyfikujący | |
| MI.E1.K\_U01 | Posługiwać się terminologią specjalistyczną z zakresu językoznawstwa, teorii mediów, stylistyki, komunikacji marketingowej oraz teorii informatycznych w zakresie związanym z działalnością zawodową. | | | MI\_U04 | | ćwiczenia praktyczne | | Obecność na zajęciach, test certyfikujący | |
| MI.E1.K\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole, szczególnie w zespole wielokulturowym i interdyscyplinarnym. | | | MI\_K01 | | ćwiczenia praktyczne | | Obecność na zajęciach, test certyfikujący | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2  (A+B) | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  1 | |  | | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do zaliczenia końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  1 | |  | | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Wykład  Samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | | 30  30  **60**  2 | |  | | |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Internet i jego możliwości w promocji. 2. Obecność w Internecie. 3. Strategia biznesowa w Internecie. 4. Pierwsze kroki z wyszukiwarkami. 5. Wprowadzenie do optymalizacji stron (SEO). 6. Reklamy w wyszukiwarkach. 7. Kampanie w wyszukiwarkach. 8. Media społecznościowe. 9. Urządzenia mobilne. 10. Marketing treści. 11. Analityka. 12. Sprzedaż w Internecie. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Ćwiczenia warsztatowe. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego materiału w formie cząstkowych testów. Zaliczenie końcowe w formie testu certyfikującego Google. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność na zajęciach: 15%  Aktywność na zajęciach: 15%  Zaliczenie: 70% |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach, dodatkowa praca własna w szkoleniu Google. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | <https://learndigital.withgoogle.com/internetowerewolucje/course/digital-marketing> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Logika – analiza tekstu i argumentacja E2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Critical thinking |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | **1** |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | 2020/2021 |
| **Semestr:** | II |
| **Koordynator przedmiotu:** | Dr Wojciech Gruchała |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| krytyczny odbiór komunikatów językowych w oparciu o zastosowanie narzędzi powstałych na gruncie tradycyjnej logiki. Zdobyte w ten sposób umiejętności posłużą do tworzenia jasnych, pełnych i niedwuznacznych komunikatów oraz do skutecznego konstruowania argumentacji. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15 godzin ćwiczeń warsztatowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| MI.E3.K\_W01 | Podstawowe reguły i terminy logiki formalnej, szczególnie dotyczące wnioskowania i argumentacji. Potrafi się nimi posługiwać w praktyce tworzenia tekstów ustnych i pisemnych | | MI\_W01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| MI.E3K\_U01 | Rozpoznawać błędy oraz unikać ich w rozumowaniu, argumentacji i dowodzeniu. | | MI\_U01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| MI.E3K\_U02 | Stosować reguły logiczne w dyskusji, dowodzić i przekonywać posługując się logicznym i poprawnym wywodem | | MI\_U05 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| MI.E3.K\_U03 | Potrafi pracować w grupie, przedstawiać swoje poglądy w spójnym pod względem logicznym tekście, zachowując standardy komunikacji interpersonalnej. W swojej komunikacji uwzględnia punkty widzenia innych uczestników komunikacji. | | MI\_U07 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| MI.E3.K\_K01 | Odpowiedzialnego posługiwania się argumentacją, zachowując szacunek dla partnerów dialogu. Krytycznej postawy wobec własnej wiedzy, wypowiedzi i sposobów myślenia. | | MI\_K01 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| MI.E3.K\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną poprzez wskazywanie niespójności w argumentacji, nadużyć oraz właściwych rozwiązań. W myśleniu swoim ma za cel dobro wspólne. | | MI\_K02 | Ćwiczenia warsztatowe | | Praca pisemna wykonywana po zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | |  | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | **Ćwiczenia praktyczne 15**  **w sumie:**  ECTS 0,5 | | | 0.5 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **Przygotowanie do zajęć 10**  **w sumie:**  ECTS 0,25 | | | 0.5 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **Tworzenie i analiza tekstów 18**  **w sumie:**  ECTS 0,25 | | | 0,75 | |  |

**Dodatkowe elementy (\* - opcjonalnie)**

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Logika formalna – podstawowe działania na zdaniach.  2. Rozumowanie i argumentacja, błędy w rozumowaniu  3. Prawa i schematy logiki  4. Definiowanie  5. Pytania i odpowiedzi w sensie logicznym, poprawność pytań  6. Argumenty quasi-logiczne  7. Argumenty statystyczne |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Praca z tekstem, metody aktywizujące, zagadki logiczne, analiza tekstu prasowego, analiza prac studentów |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Każde zajęcia składają się z części prezentującej zagadnienie logiczne, będące przedmiotem zajęć. Pokazane zostaną przykłady zastosowania logiki w praktyce zawodu dziennikarza, rzecznika prasowego, polityka. W drugiej części studenci będą metodami warsztatowymi przygotowywać teksty wykorzystujące treści kształcenia. Ostateczny efekt ich pracy sprawdzony zostanie na zajęciach kolejnych, dostaną wówczas także informację zwrotną, co należy zrobić w celu udoskonalenia efektów pracy. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Tak, ze względu na warsztatowy charakter pracy studenci powinni uczęszczać na zajęcia. Dopuszczalna jest jedna nieobecność. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocenę bardzo dobrą otrzyma student, który było obecny na wszystkich zajęciach (lub opuścił tylko jedne lub udowodnił znajomość zagadnień omówionych na innych opuszczonych zajęciach, ale nie więcej niż 50% ogółu zajęć) |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Nieobecności, nawet usprawiedliwione, należy nadrobić. Najlepiej poprzez zapoznanie się z literaturą przedmiotu i wykonanie pracy praktycznej na tych zajęciach wykonywanej. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. K. Trzęsicki, *Logika. Nauka i sztuka*, Białystok 1996. 2. K. Szymanek, *Sztuka argumentacji. Ćwiczenia w badaniu argumentów*, Warszawa 2003. 3. R. Piotrowski, *Logika elementarna*, Warszawa 2005. 4. B. Stanosz, *Ćwiczenia z logiki*, Warszawa 2000. 5. T. Hołówka, *Kultura logiczna w przykładach*, Warszawa 2005. 6. E. Żarnecka-Biały, *Mała logika*, Kraków 1999. 7. A. Kisielewicz, *Logika i argumentacja. Praktyczny kurs krytycznego myślenia*, Warszawa 2017. 8. N. Łubnicki, *Nauka poprawnego myślenia*, Warszawa 1973. |

# Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS

|  |  |
| --- | --- |
| **MARKETING INTERNETOWY**  **Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS, jaką student uzyska w ramach:** | |
| zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (na studiach stacjonarnych co najmniej 50 % punktów ECTS): | 1890 godzin zajęć kontaktowych/67,5 ECTS  960 godzin praktyk zawodowych/33 ECTS |
| samokształcenia: | 1864 godziny/81,5 ECTS |
| zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie: | W ramach 25 z 36 modułów zajęć |
| zajęć podlegających wyborowi przez studenta (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie): | Grupa zajęć do wyboru D1/D1 – 540godzin/46 ECTS  Seminarium z pracą dyplomową 60 godzin/16 ECTS  Praktyka zawodowa 960 godzin/33 ECTS |
| zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne: | 1.4 językoznawstwo – 22%  **5.4 Nauki o komunikacji społecznej i mediach 67%**  5.6 Nauki o zarządzaniu i jakości 11%  Grupa przedmiotów z dziedziny nauk humanistycznych – 75 godzin / 5 ECTS |
| lektoratu języka obcego: | 390 godzin / 26 ECTS |
| praktyk zawodowych: | 960 godzin / 33 ECTS |

*Załącznik nr 7*

*do Zarządzenia nr .../19*

*Rektora Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej*

*im. Stanisława Pigonia w Krośnie*

# Zestawienie modułów/ przedmiotów dla danego kierunku studiów, wraz z przyporządkowaniem w ich obrębie punktów ECTS dla danej dyscypliny nauki oraz procentowym udziałem liczby punktów ECTS dla dyscypliny w liczbie punktów ECTS wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p.** | **Nazwa modułu/ przedmiotu** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny: Nauki o komunikacji społecznej i mediach, jako dyscypliny wiodącej** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny językoznawstwo** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości** |
| B1 | Warsztat pisania twórczego | 8 |  |  |
| B2 | Kultura i norma języka polskiego |  | 6 |  |
| B3 | Praktyczna stylistyka |  | 6 |  |
| B4 | Opracowanie tekstu użytkowego | 4 |  |  |
| B5 | Język specjalistyczny (Media and marketing) | 6 |  |  |
| B6 | Perswazja, erystyka i manipulacja w języku |  | 2 |  |
| C1 | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji | 2 |  |  |
| C2 | Teoria mediów | 4 |  |  |
| C3 | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej | 2 |  |  |
| C4 | Warsztat dziennikarza internetowego | 4 |  |  |
| C5 | Media społecznościowe | 2 |  |  |
| C6 | Public relations i komunikacja społeczna | 4 |  |  |
| C7 | Zarządzanie systemami reklamy ppc |  |  | 6 |
| C8 | Podstawy projektowania stron internetowych (joomla, HTML, CSS) | 6 |  |  |
| C9 | Obieg informacji oraz systemy CRM | 3 |  |  |
| C10 | Newsletter i mailing | 2 |  |  |
| C11 | Planowanie strategii marketingowej z podstawami analityki | 2 |  |  |
| C12 | Marketing i badania marketingowe |  |  | 4 |
| C13 | Podstawy organizacji w biznesie |  |  | 2 |
| C14 | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa | 16 |  |  |
| D1.1 | Język obcy |  | 26 |  |
| D1.2 | Content marketing | 4 |  |  |
| D1.3 | Promocja marki | 4 |  |  |
| D1.4 | Projekty graficzne | 4 |  |  |
| D1.5 | Analityka w Social Mediach | 4 |  |  |
| D1.6 | Tworzenie i aktualizacja fanpage (w tym youtube) | 4 |  |  |
| **Suma punktów ECTS dla dyscypliny** | | **85** | **40** | **12** |
| **Procentowy udział liczby punktów ECTS dla dyscypliny w liczbie punktów ECTS** **wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie** | | **67** | **22** | **11** |

Uwaga: w przypadku programów studiów przyporządkowanych do więcej niż dwóch dyscyplin należy w tabeli dodać odpowiednio kolejną kolumnę