

Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa jednostki prowadzącej moduł	Instytut Przedsiębiorczości
Nazwa modułu kształcenia	Media społecznościowe w sporcie
Kod modułu	WZ.KZT.071.N (niestacjonarne) WZ.KZT.071.S (stacjonarne)
Język kształcenia	polski
Efekty kształcenia dla modułu kształcenia	<p>Wiedza</p> <p>Student posiada wiedzę z zakresu technologii i mediów społecznościowych oraz możliwości ich wykorzystania w organizacjach sportowych</p> <p>Student rozumie uwarunkowania efektywności stosowania mediów społecznościowych</p> <p>Student zna zasady zarządzania mediami społecznościowymi</p> <p>Student zna i rozumie podstawową terminologię wykorzystywaną w tym obszarze działalności praktycznej</p> <p>Student zna prawne uwarunkowania wykorzystania treści generowanych przez użytkowników i inne podmioty</p> <p>Student posiada znajomość obsługi wybranego medium społecznościowego</p> <p>Umiejętności</p> <p>Student potrafi ocenić jakość zastosowania mediów społecznościowych w kontekście celów i potrzeb organizacji sportowej</p> <p>Student potrafi zaproponować najkorzystniejszą strategię zastosowania wybranych mediów dla realizacji określonych celów biznesowych</p> <p>Student potrafi dokonywać analizy treści generowanych przez użytkowników dla realizacji określonych celów biznesowych</p> <p>Student potrafi uruchomić oraz utrzymywać wybrane medium społecznościowe dla organizacji sportowej</p> <p>Kompetencje społeczne</p> <p>Student potrafi prowadzić dialog, inicjować i utrzymywać relacje, inicjować i moderować kooperację w środowisku mediów społecznościowych</p>
Typ modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	fakultatywny
Rok studiów	II rok
Semestr	IV
Imię i nazwisko osoby/osób prowadzących moduł	Mgr Wojciech Słoń
Imię i nazwisko osoby/osób	

egzaminującej/egzaminujących bądź udzielającej zaliczenia, w przypadku gdy nie jest to osoba prowadząca dany moduł	
Sposób realizacji	Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów.
Wymagania wstępne i dodatkowe	
Rodzaj i liczba godzin zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów, gdy w danym module przewidziane są takie zajęcia	30 godzin studia stacjonarne 20 godzin studia niestacjonarne
Liczba punktów ECTS przypisana modułowi	3
Bilans punktów ECTS	Uczestnictwo w zajęciach 30godzin/studia stacjonarne oraz 20 godzin/studia niestacjonarne Przygotowanie do zajęć: 10 godzin/studia stacjonarne oraz 20 godzin studia niestacjonarne Realizacja projektu badawczego/praktycznego 50
Stosowane metody dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none"> • Metody problemowe: <ul style="list-style-type: none"> ○ metody aktywizujące: <ul style="list-style-type: none"> ▪ wykłady, ▪ dyskusja dydaktyczna (w tym zdalna) • Metody praktyczne: <ul style="list-style-type: none"> ○ Pokaz ○ prezentacja ○ projekt ○ badania
Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów	<p>Sprawdzanie osiągnięcia przez studentów założonych efektów kształcenia realizowane jest przy pomocy metod kształtujących i podsumowującej:</p> <p>Metody kształtujące:</p> <ul style="list-style-type: none"> • konsultacje projektu • dyskusje w trakcie zajęć i konsultacji <p>Ocena podsumowująca: Zrealizowany projekt</p>
Forma i warunki zaliczenia modułu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia, a także forma i warunki zaliczenia poszczególnych zajęć wchodzących w zakres danego modułu	<p>Zaliczenie.</p> <p>Warunki uzyskania zaliczenia:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prezentacja wybranych zagadnień teoretycznych lub praktycznych • Projekt badawczy (dotyczący analizy wykorzystania mediów społecznościowych w organizacjach sportowych) lub praktyczny (uruchomienie i utrzymywanie wybranego medium dla wybranej organizacji sportowej)

Treści modułu kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • Web 2.0, Enterprise 2.0, media społecznościowe – charakterystyka podstawowych pojęć i narzędzi • Wirtualne społeczności i ich znaczenie biznesowe • Możliwości wykorzystania mediów społecznościowych w organizacjach sportowych • Zarządzanie mediami społecznościowymi w kontekście biznesowym – strategię i polityki • Uwarunkowania efektywności wykorzystania mediów społecznościowych w sporcie • Metody badań mediów społecznościowych • Uruchamianie i prowadzenie platformy społecznościowej dla potrzeb organizacji sportowej
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego modułu	<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. MAZUREK G. (2008), "Blogi i wirtualne społeczności - wykorzystanie w marketingu", Kraków, WOLTERS KLUWER POLSKA 2. Greenberg P. (2009) CRM at the Speed of Light, Fourth Edition: Social CRM 2.0 Strategies, Tools, and Techniques for Engaging Your Customers <p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wybrane artykuły w anglojęzycznych i polskojęzycznych czasopismach naukowych
Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki	