

Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa jednostki prowadzącej moduł	Instytut Przedsiębiorczości
Nazwa modułu kształcenia	<b>Reklama w mediach społecznościowych</b>
Kod modułu	WZ.KZT.078.S
Język kształcenia	polski
Efekty kształcenia dla modułu kształcenia	<p><b>Wiedza</b></p> <p>Student zna specyfikę reklamy w mediach społecznościowych; wie jakie są podobieństwa i różnice reklamy w mediach społecznościowych i reklamy w kanałach tradycyjnych; jest świadom szans i zagrożeń jakie niesie tego typu reklama; zna kluczowe narzędzia i ich zastosowania; zna zagadnienia teoretyczne z zakresu budowania strategii reklamowej w mediach społecznościowych.</p> <p><b>Umiejętności</b></p> <p>Student potrafi zaprojektować kampanię reklamową w mediach społecznościowych; świadomie i efektywnie dobiera narzędzia w zależności od wyznaczonych celów.</p> <p><b>Kompetencje społeczne</b></p> <p>Student efektywnie współpracuje w grupie i komunikuje się z partnerami zewnętrznymi; skutecznie zarządza czasem; partycypuje w podziale zdań, a także rzeczowo i profesjonalnie prezentuje efekty swojej pracy.</p>
Typ modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	fakultatywny
Rok studiów	2 studia stacjonarne
Semestr	4
Imię i nazwisko osoby/osób prowadzących moduł	mgr Joanna Cebulak
Imię i nazwisko osoby/osób egzaminującej/egzaminujących bądź udzielającej zaliczenia, w przypadku gdy nie jest to osoba prowadząca dany moduł	mgr Joanna Cebulak
Sposób realizacji	Konwersatorium z elementami wykładu, laboratorium, ćwiczenia, projekt
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa wiedza z zakresu marketingu, reklamy i PR.

Rodzaj i liczba godzin zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów, gdy w danym module przewidziane są takie zajęcia	30 godz. konwersatorium z elementami wykładu
Liczba punktów ECTS przypisana modułowi	3
Bilans punktów ECTS	<p>Uczestnictwo w zajęciach: 30 godzin  Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych i konwersatoryjnych: 20 godzin  Opracowanie projektu grupowego: 25 godzin  Przygotowanie prezentacji projektów (wystąpienia i tekstu): 20 godzin</p> <p>Łączny nakład pracy studenta wynosi 95 godzin, co odpowiada 3 punktom ECTS</p>
Stosowane metody dydaktyczne	wykład, prezentacje multimedialne, konwersatorium, analizy przypadków, laboratorium, techniki kreatywne, praca metodą projektu
Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów	Test składający się z pytań otwartych dotyczących reklamy w mediach społecznościowych. Projekt kampanii reklamowej w mediach społecznościowych (grupowy) + prezentacja.
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	Obecność na co najmniej 80% zajęć. Test zaliczony na poziomie co najmniej 60%. Uzyskanie pozytywnej oceny za terminowo złożony i zaprezentowany projekt.
Treści modułu kształcenia	Student podczas zajęć poznaje specyfikę funkcjonowania mediów społecznościowych jako kanału i nośnika reklamy. Zapoznaje się z możliwościami poszczególnych mediów społecznościowych w tym zakresie oraz z potencjalnymi narzędziami. Badając prezentowane przypadki student uczy się budowania strategii reklamowych w mediach społecznościowych oraz doboru efektywnych narzędzi w zależności od celu. Podczas projektu grupowego student współtworzy tego rodzaju strategię dla istniejącego podmiotu.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia	Bonek T., Smaga M., <i>Biznes na Facebooku i nie tylko</i> , Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer, Warszawa 2013.

<p>danego modułu</p>	<p>Evans L., <i>Social media marketing : odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali</i>          Handley A., Chapman C.C., Scott D. M., <i>Content rules: how to create killer blogs, podcasts, videos, ebooks, webinars (and more) that engage customers and ignite your business</i>, Wiley, New York, 2011.          Lutze H., <i>Daj się znaleźć w sieci</i>, Oficyna Wydawnicza Wolters Kluwer, Warszawa 2013.          Prasa branżowa: „Press”, „Media i Marketing”.          Rekomendowane teksty z portalu „Marketing przy kawie”.          Wybrane teksty z portalu: <a href="http://socialmedia.pl">http://socialmedia.pl</a>.          Wybrane teksty z portalu:  <a href="http://www.wirtualnemedial.pl">http://www.wirtualnemedial.pl</a>.</p>
<p>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki</p>	<p>Nie dotyczy.</p>