

Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa jednostki prowadzącej moduł	Instytut Przedsiębiorczości
Nazwa modułu kształcenia	Strategia social media
Kod modułu	WZ.KZT.092.S
Język kształcenia	polski
Efekty kształcenia dla modułu kształcenia	<p>Wiedza</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student rozumie podstawowe pojęcia i kategorie związane ze strategią w mediach społecznościowych • Student wie, z jakich elementów składa się strategia mediów społecznościowych • Student wie, w jakich obszarach biznesowych wykorzystuje się komunikację w mediach społecznościowych • Student wie, jak przygotować charakterystykę grupy docelowej <p>Umiejętności</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student potrafi stworzyć plan działań w mediach społecznościowych i plan publikowanych treści • Student umie zaplanować harmonogram i budżet działań dla mediów społecznościowych • Student potrafi przygotować brief dla zewnętrznego zleceniodawcy • Student potrafi ocenić skuteczność przeprowadzonych działań <p>Kompetencje personalne i społeczne</p> <ul style="list-style-type: none"> • Student jest przygotowany do współpracy z personelem zewnętrznym świadczącym usługi z zakresu obsługi social media • Student potrafi komunikować się z innymi uczestnikami projektu komunikacji social media • Student potrafi zapobiegać sytuacjom kryzysowym w mediach społecznościowych
Typ modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	fakultatywny
Rok studiów	2 stacjonarne studia II stopnia
Semestr	3
Imię i nazwisko osoby/osób prowadzących moduł	mgr Paweł Józwik
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	Studenci powinni posiadać podstawową wiedzę teoretyczną z zakresu nauk o zarządzaniu przedsiębiorstw, oraz praktyczną znajomość prawidłowości i problemów funkcjonowania podmiotów gospodarczych.
Rodzaj i liczba godzin zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów, gdy w danym module przewidziane są takie zajęcia	Konwersatorium: 30 godzin
Liczba punktów ECTS przypisana modułowi	3
Bilans punktów ECTS	<p>Uczestnictwo w zajęciach: 30 godzin Przygotowanie do dyskusji w trakcie zajęć: 10 godzin Realizacja projektu grupowego: 30 godzin Udział w konsultacjach niezbędnych do realizacji projektu grupowego: 5 godziny Przygotowanie prezentacji projektu końcowego: 3 godzin</p> <p>Łączny nakład pracy studenta wynosi 78 godzin, co odpowiada 3 punktom ECTS</p>
Stosowane metody dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none"> • metody podające: <ul style="list-style-type: none"> ○ prezentacja multimedialna, ○ objaśnianie • metody problemowe: <ul style="list-style-type: none"> ○ wykład konwersatoryjny ○ metody aktywizujące: <ul style="list-style-type: none"> ▪ metoda przypadków ▪ dyskusja dydaktyczna • metody praktyczne <ul style="list-style-type: none"> ○ metoda projektów
Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów	<p>Weryfikacja stopnia osiągnięcia przez studentów założonych efektów kształcenia będzie realizowane przy zastosowaniu dwóch metod sprawdzających:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Ocena kształtująca, poprzez narzędzia w postaci: <ol style="list-style-type: none"> a. Dyskusji w trakcie zajęć b. Konsultacji projektu grupowego w trakcie jego realizacji 2. Ocena podsumowująca, poprzez narzędzia w postaci: <ol style="list-style-type: none"> a. Końcowej oceny projektu grupowego według kryteriów:

	<ul style="list-style-type: none"> • formalnych: (terminowość wykonania, kompletność, poprawność językowa, poprawność cytowań, odwołań do literatury) • merytorycznych (czytelność i kompleksowość projektu, prawidłowość identyfikacji i analizy czynników wartości, sformułowanie autorskich wniosków i propozycji odpowiednich rozwiązań)
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	Zaliczenie na ocenę Obecność - 15% Aktywność - 15% Praca zaliczeniowa – 70%
Treści modułu kształcenia	<ul style="list-style-type: none"> • Wykorzystanie social media w różnych obszarach biznesu • Charakterystyka serwisów social media. • Social ads – reklama w mediach społecznościowych. • Planowanie działań w social media – charakteryzowanie grupy docelowej, formułowanie mierzalnych celów, wybór narzędzi social media, tworzenie strategii i kluczowych przekazów, planowanie oceny efektów. • Tworzenie harmonogramu i budżetu działań, współpraca z zewnętrznymi dostawcami usług. • Komunikacja social media w organizacji – struktura, zasady komunikacji, polityka social media. • Narzędzia wspierające realizację strategii social media. • Przykłady skutecznych strategii social media w różnych obszarach biznesu. • Błędy najczęściej popełniane w tworzeniu strategii social media. • Komunikacja kryzysowa w social media.
Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego modułu	Literatura podstawowa: 1. John Lovett, “Sekrety pomiarów w mediach społecznościowych”, Helion 2013 2. Anna Miotk, “Skuteczne social media”, Helion 2013 3. Monika Czaplicka „Zarządzanie kryzysem w social media”, Helion 2013 4. Jason Falls, Erik Deckers „Media społecznościowe

	<p>bez ściemy. Jak kreować markę”, Helion 2013</p> <p>Literatura uzupełniająca</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. Liana Evans, “Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych”, Helion 2011 6. Christer Holloman, „The social media MBA”, Wiley 2013 7. Brian Solis, “Engage!: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web”, Wiley 2011 8. Brian Solis, “The End of Business As Usual: Rewire the Way You Work to Succeed in the Consumer Revolution”, Wiley 2011
<p>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki</p>	