

Karta opisu zajęć - Sylabus			
Państwowa Wyższa Szkoła Techniczno-Ekonomiczna im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu			
I. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Nazwa zajęć: Social media marketing		Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2023/2024	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Administracja studia pierwszego stopnia o profilu praktycznym			
Język wykładowy: polski, angielski		Rodzaj zajęć: Kształcenia specjalistycznego	
Rok studiów: III		Semestr: 5	
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 3		Koordynator zajęć Dr Sylwia Dyrda-Maciałek sylwia.dyrda-macialek@pansjar.edu.pl	
Jednostka organizacyjna: Instytut stosunków Międzynarodowych			
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:		Wykład:	
Ćwiczenia:	30	Ćwiczenia:	
Laboratorium:		Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	30	RAZEM:	
II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE			
Wymagania wstępne i dodatkowe:			
Cel (cele) kształcenia dla zajęć: Celem zajęć jest analiza roli marketingu w mediach społecznościowych. Przedstawiony zostanie wpływ instrumentów marketingowych w mediach społecznościowych, w tym geneza, specyfika i charakterystyka różnych kanałów mediów społecznościowych. Omówione zostaną zagadnienia dotyczące właściwego wyboru kanału mediów społecznościowych, wyznaczania celów oraz mierników sukcesu a także określenia, grupy docelowej odbiorców. The aim of the course is to analyze the role of marketing in social media. The impact of marketing instruments in social media will be presented, including the genesis, specificity and characteristics of various social media channels. Issues regarding the right choice of social media channel, setting goals and measures of success as well as determining the target group of recipients will be discussed.			

EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKÓW STUDIÓW		
Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:	Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)
Wiedzy - zna i rozumie/ The student knows and understands		
M/A/S/SMM_01	podstawowe pojęcia z zakresu marketingu, istotę zarządzania oraz planowania marketingowego, a także specyfikę badań rynkowych i organizacji działalności marketingowej w mediach społecznych. basic concepts in the field of marketing, understands the essence of marketing management and planning, as well as the specifics of market research and organization of marketing social media activities.	K_W02, K_W05, K_W10
M/A/S/SMM_02	poszerzone zagadnienia dotyczące mechanizmów zachodzących w otoczeniu marketingowym organizacji, zna kryteria segmentacji rynku, rodzaje strategii oraz narzędzi marketingowych pozwalających na efektywne korzystanie z social mediów. extended issues concerning the mechanisms occurring in the organization's marketing environment, knows the criteria of market segmentation, types of strategies and marketing tools that allow for the effective use of social media.	K_W02, K_W05, K_W10
Umiejętności – potrafi/ The student is able to		
M/A/S/SMM_03	analizować otoczenie marketingowe organizacji oraz uwarunkowania segmentacji rynku, potrafi organizować działalność marketingową w social mediach. analyze the marketing environment of the organization and the conditions of market segmentation, is able to organize marketing activities in social media..	K_U01, K_U02, K_U04, K_U05,
M/A/S/SMM_04	w oparciu o wyniki badań rynkowych, sformułować założenia strategii marketingowej, skonstruować plan marketingowy oraz dokonać analizy i oceny jego efektywności. based on the results of market research, formulate the assumptions of a marketing social media strategy, construct a marketing plan and analyze and evaluate its effectiveness.	K_U11, K_U12, K_U13, K_U15
Kompetencji społecznych - jest gotów do/ The student is ready		

M/A/S/SMM_05	efektywnej pracy zespołowej, realizacji postawionych zadań i wskazania własnych propozycji w zakresie rozstrzygnięcia problemów i opracowania projektów z zakresu social media marketing. effective teamwork, implementation of assigned tasks and indicating own proposals in the field of solving problems and developing projects in the field of social media marketing.	K_K03, K_K02		
TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA				
Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się*	Metody weryfikacji osiągnięć efektów uczenia się przypisanych do zajęć#
		ćwiczenia		
TP-01	Analiza rynku social media marketing jako jedna z nowoczesnych i efektywnych koncepcji marketingowych; wykorzystanie narzędzi marketingu-mix w budowaniu innowacyjnych strategii marketingowych przy użyciu mediów społecznościowych Analyzing of the social media marketing as one of the modern and effective marketing concepts; the use of marketing-mix tools in building innovative marketing strategies using social media		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-02	Praktycznie opracowania zagadnień problemowych z zakresu social media marketing. Fundamenty marketingu mediów społecznościowych - środowisko mediów społecznościowych, - konsumenci społeczni, - rozrywka towarzyska, - struktura sieci i wpływy grupowe w mediach społecznościowych Practical development of problem issues in the field of the essence of social media marketing. Foundations of social media marketing; - the social media environment, - social consumers, - social entertainment, - network structure and group influences in social media		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt

TP-03	Strategia i planowanie marketingu w mediach społecznościowych; • planowanie strategiczne i marketing w mediach społecznościowych, • planowanie i realizacja taktyczna Social media marketing strategy and planning; • strategic planning and social media marketing, • tactical planning and execution		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-04	Analiza czterech stref mediów społecznościowych; - wspólnota społeczna, - publikacje społecznościowe, - środowisko społeczne, - handel społecznościowy Analysis of the the four zones of social media; • social community, • social publishing, • social environment, • social commerce.		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-05	Zarządzanie i pomiar danych w mediach społecznościowych; • analityka mediów społecznościowych, • wskaźniki mediów społecznościowych Social media data management and measurement; • social media analytics, • social media metrics		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-06	Analiza wykorzystania narzędzi marketingowych w aktywności w social mediach- studium przypadków Analysis of the use of marketing tools in social media activity- case studies		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-07	Praktyczne opracowanie zagadnień problemowych z zakresu efektywnego wykorzystania strategii marketingowych i budowania rozpoznawalności marki- studium przypadków Practical development of problem issues in the field of effective use of marketing strategies and building brand recognition - case studies		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-08	Analizowanie roli mediów społecznościowych w kreowaniu wizerunków osób publicznych Analyzing the role of social media in creating images of public figures		ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt

TP-09	Opracowanie praktyczne zagadnień problemowych z zakresu roli social media w polityce; kampanie wyborcze, konflikty, przekazywanie trudnych informacji, sytuacje kryzysowe- studium przypadków. Practical development of problematic issues in the field of the role of social media in politics; election campaigns, conflicts, dissemination of difficult information, crisis situations - case studies.	ćwiczenia	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-10	Analizowanie zjawiska bezpieczeństwa ochrony danych w social mediach Analyzing the phenomenon of security and data protection in social media.	ćwiczenia	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt
TP-11	Opracowanie własnego projektu z zakresu marketingu mediów społecznościowych Developing student's own project in the field of social media marketing	ćwiczenia	ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy	kolokwium zaliczeniowe, projekt

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa:

Artur Roguski., Zrozumieć social media, Helion SA, Gliwice 2020.
Łukasz Walewski.Wl@dza w sieci: jak nami rządzą social media Mando, Kraków 2020.
Iwona Lupa-Wójcik, "Social media sharing" a zachowania finansowe gospodarstw domowych, AT Wydawnictwo, Kraków 2021.
Barbara Stawarz-García, Content marketing i social media: jak przyciągnąć klientów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2018.
Jan van Dijk, Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci; przekład Jacek Konieczny, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2020.
Tracy L. Tuten, Michael R. Solomon, Social Media Marketing, SAGE, California 2018.- pdf version.

Literatura uzupełniająca:

Jason Lanier, Dziesięć powodów, dla których powinieneś natychmiast usunąć swoje konta z mediów społecznościowych, Helion, Gliwice 2021.
Chloe Ramsden, Zerwij z mediami społecznościowymi: proste wskazówki, jak świadomie korzystać z serwisów społecznościowych, Lingea, Kraków 2021. Kraków

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)

Forma aktywności	Liczba godzin*
Godziny zajęć(według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	30
Praca własna studenta	45
SUMA GODZIN:	75
OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA(punkty ECTS)	

		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 3	1,2
	Praca własna studenta		1,8
OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:			
M/A/S/SMM_01- przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury, przyswojenie wiedzy niezbędnej do opracowania projektu, opracowanie wyników, praca nad projektem.			
M/A/S/SMM_02- przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury, przyswojenie wiedzy niezbędnej do opracowania projektu, opracowanie wyników, praca nad projektem.			
M/A/S/SMM_03- przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury, przyswojenie wiedzy niezbędnej do opracowania projektu, opracowanie wyników, praca nad projektem.			
M/A/S/SMM_04- przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury, przyswojenie wiedzy niezbędnej do opracowania projektu, opracowanie wyników, praca nad projektem.			
M/A/S/SMM_05- przygotowanie do zajęć, czytanie wskazanej literatury, przyswojenie wiedzy niezbędnej do opracowania projektu, przygotowanie do indywidualnej i zespołowej pracy nad projektem.			
KRYTERIA OCENIANIA			
Ocena kształtująca:			
Oceny częściowe zdobyte w trakcie ćwiczeń; ocena przygotowanego przez studenta projektu, aktywności w trakcie zajęć, efektów indywidualnej i zespołowej pracy studenta oraz stopnia przyswojenia wiedzy i opanowania umiejętności praktycznych zakładanych w przedmiotowych efektach uczenia się.			
Ocena podsumowująca:			
Student uzyskuje ocenę:			
-bardzo dobrą – gdy posiada wyczerpującą wiedzę z zakresu problematyki omawianej w trakcie zajęć i bezbłędnie odpowiada na pytania (bezbłędnie definiuje pojęcia i dokonuje ich pogłębionej charakterystyki) oraz potrafi dokonać analizy i oceny konkretnych zagadnień problemowych i potrafi proponować różnorodne rozwiązania konkretnych przypadków praktycznych			
-dobrą – gdy posiada rzetelną wiedzę z przedmiotowego zakresu, odpowiada bez poważnych błędów merytorycznych i formalno-językowych (poprawnie definiuje pojęcia i poprawnie charakteryzuje poszczególne zagadnienia oraz potrafi dokonać analizy i oceny konkretnych zagadnień problemowych			
-dostateczną – gdy posiada podstawową wiedzę z zakresu problematyki omawianej w trakcie zajęć (definiuje podstawowe pojęcia i dokonuje ich ogólnej charakterystyki)			
-niedostateczną – gdy nie posiada podstawowej wiedzy z zakresu problematyki omawianej w trakcie zajęć (nie potrafi zdefiniować podstawowych pojęć i dokonać ich ogólnej charakterystyki)			
INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ			
Zajęcia na platformie Microsoft Teams			

.....
(data, podpis Kierownika Zakładu/
Kierownika Jednostki Międzyinstytutowej)

.....
(data, podpis Koordynatora
odpowiedzialnego za zajęcia)