

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zastosowania mediów społecznościowych - warsztat kompetencji (Ćw. warsztatowe), PG_00176713						
Kierunek studiów	Socjologia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu		2027/2028			
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych			
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji		na uczelni			
Rok studiów	3	Język wykładowy		polski			
Semestr studiów	5	Liczba punktów ECTS		2.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia		zaliczenie			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Socjologii -> Zakład Socjologii Życia Codziennego						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	mgr Magdalena Herzberg-Kurasz					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		20.0	50
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest przekazanie podstawowej wiedzy o bieżącej działalności mediów społecznościowych, społeczno-ekonomicznych podstawach ich funkcjonowania, kulturowej i politycznej doniosłości aktywności w mediach społecznościowych. Podstawowym celem jest przekazanie osobom studiującym elementarnych umiejetnosci zwiazanych ze skutecznym komunikowaniem za pomoca mediow społecznościowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[SOCL3_U05] Potrafi stosować normy i reguły prawne, zawodowe i etyczne przy rozwiązywaniu konkretnego zadania z dziedziny socjologii.	Potrafi stosować normy i reguły prawne, zawodowe i etyczne przy rozwiązywaniu konkretnego zadania z dziedziny mediów społecznościowych	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SOCL3_U06] Potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę socjologiczną do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej.	Potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę socjologiczną do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej związanej z digital marketingiem	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[SOCL3_K05] Jest gotów uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych uwzględniających stosowne aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne.	Jest gotów/gotowa uczestniczyć w przygotowaniu projektów społecznych uwzględniających stosowne aspekty prawne, ekonomiczne i polityczne w przestrzeni mediów społecznościowych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[SOCL3_W10] Zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.	Student/ka zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w ramach przestrzeni mediów społecznościowych	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SOCL3_W08] Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu charakter i kierunki najważniejszych zmian w zakresie struktur i instytucji społecznych oraz ich elementów, ma wiedzę o przyczynach, przebiegu i konsekwencjach tych zmian w skali mikro- i makrospołecznej oraz w skali globalnej.	Student/ka zna i rozumie w zaawansowanym stopniu charakter i kierunki najważniejszych zmian w zakresie mediów społecznościowych oraz ich elementów, ma wiedzę o przyczynach, przebiegu i konsekwencjach tych zmian w skali mikro- i makrospołecznej oraz w skali globalnej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[SOCL3_K07] Jest przygotowany by myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	Jest przygotowany by myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy w przestrzeni mediów społecznościowych	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[SOCL3_U07] Potrafi analizować zaproponowane rozwiązania konkretnego problemu z dziedziny socjologii i podejmuje decyzje co do odpowiednich rozstrzygnięć.	Potrafi analizować zaproponowane rozwiązania konkretnego problemu z dziedziny strategii digital i podejmuje decyzje co do odpowiednich rozstrzygnięć.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego

Treści przedmiotu	Wprowadzenie do social media marketingu		
	Trendy w social mediach		
	Analiza danych w Internecie		
	Strategia komunikacji social media		
	Strategia digital		
	Digital marketing		
	Influencer marketing		
	Budowanie marki osobistej na LinkedIn		
	Bezpieczeństwo danych, prywatność i własność w mediach społecznościowych		
	Higiena cyfrowa		
Wymagania wstępne i dodatkowe	podstawowa wiedza na temat socjologii nowy mediow, wiedza ogolna dot. zasad bezpieczenstwa w sieci		
Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Bieżąca ocena podczas warsztatów, realizacja działania w przestrzeni mediów społecznościowych	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	M. Dęsbki Młodzi Cyfrowi. Nowe Technologie. Relacje Raport MŁODE GŁOWY. Otwarcie o zdrowiu psychicznym Mika Bartosz 2017 O jedno kliknięcie od fabryki potu stosunki pracy wokoł Google jako egzemplifikacja trendow we współczesnych praktykach zatrudnienia, Miscellanea Anthropologica et Sociologica, Nr 18(4): 100123 M. Bigaj, Wychowanie przy ekranie. Jak przygotować dzieci do życia w sieci?	
	Uzupełniająca lista lektur	Materiały internetowe	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Strategia digital Digital marketing Influencer marketing		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		