

Nazwa przedmiotu		Media społecznościowe w biznesie					Kod ECTS	14.3.E.FZ.3770				
							Pkt.ECTS	2				
							Limit osób	20				
Jednostka prowadząca przedmiot		KTiHM	Nazwa kierunku		Ekonomia/MSG	Nazwa specjalności		BRAK;				
Nazwisko prowadzącego		dr Dagmara Wach										
Forma zajęć/Liczba godzin												
Wykład	20	Ćwiczenia	0	Konwersatoria	0	Laboratoria komputerowe	0	Seminaria	0	Lektoraty	0	
Forma aktywności						Rok i rodzaj studiów:		3 NS1,				
Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):						Semestr:		5,				
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):						Status przedmiotu:		Fakultatywny				
Sumaryczna liczba godzin:						0	Język wykładowy:		polski			
Sposób realizacji zajęć		Zajęcia on-line.										
Metody dydaktyczne		Formy kształcenia na odległość (e-learning), Projekty indywidualne,										
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi												
Wymagania formalne		Brak.										
Wymagania wstępne		Brak.										
Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny												
Sposób zaliczenia		Zaliczenie na ocenę										
Kryteria oceny		Projekt - grafika, animacja - 50%, projekt grupowy - video - 50%.										
Cele przedmiotu												
Celem zajęć jest dostarczenie studentom wiedzy i umiejętności praktycznych w zakresie wykorzystania mediów społecznościowych w biznesie, ze szczególnym uwzględnieniem różnorodnych platform, takich jak serwisy wizualne oraz kanały wideo. Studenci nabędą umiejętności w zakresie budowania marki, tworzenia treści, promocji, monetyzacji, a także zrozumienia narzędzi wspomagających działalność w mediach społecznościowych.												
Efekty uczenia się												
Wiedza		E1_W10	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego.									
		MSG1_W08	Student zna i rozumie pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej									
Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza												
Efekty		egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_W10											X	
MSG1_W08											X	
Umiejętności		E1_U05	Student prawidłowo posługuje się wybranymi normami i regułami (prawnymi, zawodowymi, moralnymi) w celu rozwiązania zadania związanych z prawidłowym funkcjonowaniem serwisów WWW.									
		MSG1_U05	Student potrafi posługiwać się regułami i standardami dotyczącymi działalności gospodarczej.									
Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności												

Efekty	Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje										
	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_U05										X	
MSG1_U05										X	
Kompetencje	E1_K03	Student uczestnicząc w przygotowaniu projektu materiału wizualnego i wideo, potrafi godzić wymagania prawne, ekonomiczne, ekologiczne, polityczne i społeczne.									
	MSG1_K04	Student jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom.									

**Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje**

Efekty	Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje										
	egzamin pisemny	egzamin ustny	kolokwium	esej/referat /portfolio	zadania / prace domowe	prezentacja indywidualna	prezentacja grupowa	aktywność na zajęciach	udział w dyskusji	projekt indywidualny	projekt grupowy
E1_K03										X	
MSG1_K04										X	

**Treści programowe**

- Wprowadzenie do mediów społecznościowych w biznesie:
  - znaczenie i rola mediów społecznościowych w strategii biznesowej,
  - przegląd głównych platform social media, w tym serwisów wizualnych i kanałów wideo,
  - podstawy monetyzacji działalności w mediach społecznościowych.
- Wykorzystanie platform wizualnych w budowaniu marki:
  - wprowadzenie do serwisów wizualnych (np. Instagram, Pinterest),
  - optymalizacja profili na serwisach wizualnych: zdjęcie, bio, SEO,
  - tworzenie treści: wykorzystanie narzędzi online i mediów do generowania pomysłów na serwisach wizualnych,
  - strategie wzrostu zaangażowania i liczby obserwatorów,
  - metody monetyzacji profili na serwisach wizualnych.
- Wykorzystanie platform wideo w biznesie:
  - przegląd platform do tworzenia wideo,
  - planowanie i organizacja treści wideo na różnych platformach,
  - podstawy nagrywania i montażu wideo,
  - narzędzia do tworzenia i edycji wideo,
  - publikacja i promocja treści wideo,
  - strategie monetyzacji kanałów wideo.
- Narzędzia wspomagające działalność w mediach społecznościowych:
  - projektowanie i tworzenie atrakcyjnych wizualnie treści,
  - integracja serwisów firmowych z mediami społecznościowymi.

**Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej**
**Literatura podstawowa:**

- Skwarek M., *Magia Instagrama. Jak zdobyć milionowe zasięgi w 90 dni*, Helion, Gliwice, 2023
- Lastufka A., Dean M. W., *YouTube: An Insider's Guide to Climbing the Charts*, Helion, Gliwice, 2008

**Literatura uzupełniająca:**

- Dagmara Wach, Wykorzystanie narzędzi marketingu internetowego w rozwoju przedsiębiorstwa z sektora MSP, *Współczesna Gospodarka*, Vol. 3 Issue 3 (2012) 1-11
- Benicewicz-Miazga A., *Grafika w biznesie. Projektowanie elementów tożsamości wizualnej - logotypy, wizytówki oraz papier firmowy*, Helion, Gliwice, 2012.

Kontakt

[dagmara.wach@ug.edu.pl](mailto:dagmara.wach@ug.edu.pl)