

KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2022/2023
FORMA STUDIÓW: STACJONARNE

INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu Media społeczne

2. Nazwa kierunku Socjologia

3. Poziom kształcenia studia pierwszego stopnia

4. Liczba punktów ECTS 2

5. Liczba godzin w semestrze

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
V	15	15				

6. Język wykładowy polski

7. Wykładowca Izabela Jaroszevska, mgr

INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne

1. Brak

9. Cele przedmiotu

C1 Zapoznanie studentów z nowymi formami komunikacji za pośrednictwem mediów społecznych.

C2 Wskazanie możliwości zastosowania mediów społecznych w różnych obszarach życia.

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
------------------------------------	---

WIEDZA

EU01	ma wiedzę czym są media społeczne w kontekście społeczeństwa sieciowego oraz zna specyfikę ich funkcjonowania;	K_W07
------	--	-------

UMIEJĘTNOŚCI

EU02	posiada umiejętność opisanie technicznego, społecznego i kulturowego kontekstu funkcjonowania mediów społecznych;	K_U10
EU03	potrafi zilustrować funkcjonowanie mediów społecznych na wybranym przykładzie. Wskazuje możliwości wykorzystania mediów społecznych;	K_U01, K_U03

KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU04	ma świadomość możliwości wykorzystania mediów społecznych i wskazuje na zagrożenia wynikające z korzystania z nich w dobie zmieniającego się społeczeństwa;	K_K04, K_K06
------	---	--------------

11. Treści programowe

Forma zajęć – wykłady

1. Od mediów tradycyjnych do społecznościowych.
2. Ewolucja i kierunki rozwoju mediów społecznościowych.
3. Społeczeństwo informacyjne i społeczeństwo sieci.
4. Nowe media a media społeczne. Web 2.0 a media społeczne.
5. Rodzaje nowych mediów społecznych.

6. Media społeczne jako narzędzie komunikacyjne.	
7. Media społeczne jako narzędzie biznesowe.	
8. Narzędzia social media marketingu.	
9. Komunikacja marketingowa w mediach społecznych.	
10. Blogosfera i social networking.	
11. Influencer - praca i znaczenie w mediach społecznych.	
12. Media społeczne a aktywność artystyczna i obywatelska.	
13. Wyzwania i przyszłość mediów społecznych.	
Forma zajęć – ćwiczenia	
1. Blogi – konteksty funkcjonowania.	
2. Facebook – konteksty funkcjonowania.	
3. YouTube – konteksty funkcjonowania	
4. Instagram - konteksty funkcjonowania.	
5. Twitter - konteksty funkcjonowania.	
6. Snapchat - konteksty funkcjonowania.	
7. Tiktok - konteksty funkcjonowania.	
8. Komunikatory - konteksty funkcjonowania.	
9. LinkedIn – konteksty funkcjonowania	
12. Narzędzia/metody dydaktyczne	
1. wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej	
2. prezentacje multimedialne	
3. dyskusja	
4. konsultacje	
13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe)	
1. obecność i aktywność na zajęciach	
2. przygotowanie prezentacji multimedialnej	
3. kolokwium z ćwiczeń	
4. kolokwium z wykładów	
14. Obciążenie pracą studenta	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	40
2. Nakład pracy studenta	
przygotowanie pracy pisemnej	5
przygotowanie do zaliczenia	5
suma	50
liczba punktów ECTS	2
15. Literatura	
Literatura podstawowa:	
1. A. Roguski, Zrozumieć social media, Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2020.	
2. R. Pispers , J. Rode, B. Fischer, E. Bluszcz, Neuromarketing w Internecie: pozytywne doświadczenia klientów w świecie cyfrowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2021.	
3. B. Stwarz-Garcia, Content marketing i social media: jak przyciągnąć klientów, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2021.	
4. N. Oruba, Strategia komunikacji w social mediach, Onepress, Gliwice, 2022.	
5. S. E. Flores, Sfejsowani ,Muza, Warszawa 2017.	
6. M. Szulc, Od gatunku do wizerunku: autokreacje b(v)logerów modowych w mediach społecznościowych, Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, Poznań 2022.	
7. Nowe media i technologie w komunikacji marketingowej, red. Andrzej Bajdak, Zbigniew Spyra, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach, IBUK Libra, Katowice 2023.	
8. D. Barefoot, J. Szabo, Znajomi na wagę złota: podstawy marketingu w mediach społecznościowych,	

Warszawa 2014.
9. J. Jeff, Co na to Google?, Warszawa 2013.
10. Czasopismo „Media i społeczeństwo”.
Literatura uzupełniająca:
1. Nowe media we współczesnym społeczeństwie, (red.) M. Jezińskiego, A. Sekleckiej, Ł. Wojtkowskiego. Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Mikołaja Kopernika, Toruń 2011.
2. J. Hofmokr, Internet jako nowe dobro wspólne, Warszawa 2008.
3. M. Castels, Społeczeństwo sieci, Warszawa 2010.
4. Publikacje ze strony https://digitalpoland.org/publikacje .
5. E. Siapera, Understanding new media, Sage, 2011.
6. D. Kirkpatrick, Efekt Facebooka, Warszawa 2011.
16. Formy oceny – szczegóły
<p>Zajęcia kończą się zaliczeniem z oceną z ćwiczeń i wykładów.</p> <p><u>Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - uzyskanie pozytywnej oceny, na którą będzie składać się: obecność, aktywność, przygotowanie prezentacji oraz pozytywne zaliczenie kolokwium w formie testu. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej z kolokwium jest udzielenie minimum 51% poprawnych odpowiedzi. <p><u>Podstawą zaliczenia wykładów jest:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> - uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium w formie pisemnej. Warunkiem pozytywnej oceny jest odpowiedź na co najmniej 51% pytań z całości. <p>Metody weryfikacji efektów uczenia się:</p> <p>Wiedza: kolokwium zaliczeniowe z ćwiczeń i wykładów</p> <p>Umiejętności: przygotowanie prezentacji o wybranym medium społecznym, praca w grupach, analiza mediów społecznych</p> <p>Kompetencje społeczne: dyskusja na forum grupy, wyrażanie własnej opinii, gotowość do korzystania z mediów społecznych</p>
17. Inne przydatne informacje o przedmiocie
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej im. Jana Pawła II.
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.