

Nazwa modułu (przedmiotu)		Media społecznościowe				Kod przedmiotu				
Kierunek studiów		Jazz i muzyka estradowa/Produkcja muzyczna i realizacja dźwięku								
Profil kształcenia		praktyczny								
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia								
Forma studiów		Stacjonarne								
Semestr studiów		III								
Tryb zaliczenia przedmiotu		III semestr - zaliczenie na ocenę		Liczba punktów ECTS					Sposób ustalania oceny z przedmiotu	
Formy zajęć i inne		Liczba godzin zajęć w semestrze		Całkowita	2	Zajęcia kontaktowe	1,2	Zajęcia związane z praktycznym przygotowaniem zawodowym		0
				Semestr III	2		1,2			0
		Całkowita	Pracy studenta	Zajęcia kontaktowe	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się w ramach form zajęć				Waga w %	
Wykład III semestr		50	20	30	Zaliczenie praktyczne z oceną po III semestrze. Bieżąca weryfikacja przygotowania do zajęć. Frekwencja.				100	
Razem:		50	20	30					Razem 100%	
Kategoria efektów	Lp.	Efekty uczenia się dla modułu (przedmiotu)						Efekty kierunkowe	Formy zajęć	
Wiedza	1.	Definiuje pojęcia odnoszące się do mediów społecznościowych i marketingu społecznościowego						K_W01, K_W07	W	
	2.	Wymienia i opisuje różne portale społecznościowe i wskazuje ich funkcje						K_W01	W	
	3.	Porównuje narzędzia wspierające działania marketingowe w mediach społecznościowych						K_W13	W	
Umiejętności	1.	Testuje różne sposoby promocji w mediach społecznościowych						K_U01	W	
	2	Analizuje aktywność użytkowników w MS						K_U03	W	
	3	Obsługuje narzędzia promocji do przyjętych celów marketingowych						K_U07	W	
Kompetencje społeczne	1.	Docenia znaczenie potrzeby komunikacji marketingowej opartej na dialogu						K_K03	W	
	2	Podejmuje wyzwanie doboru właściwych portali MS i narzędzi promocji do przyjętych celów i grupy docelowej						K_K01	W	
	3.	Prowadząc aktywność w MS postępuje zgodnie z zasadami etycznymi						K_K02	W	

Treści kształcenia

Wykład		Metody dydaktyczne	Wykład, dyskusja, prezentacja multimedialna, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań
L.p.	Tematyka zajęć		Liczba godzin
	Semestr 3		30
1.	Idea mediów społecznościowych. Charakterystyka portali społecznościowych.		
2.	Zagrożenia płynące z korzystania z MS.		
3.	Prawo autorskie, a tworzenie treści w MS.		
4.	Wpływ MS na zmianę w komunikacji z odbiorcą.		
5.	Promocja działań artystycznych w MS.		
6.	Monitorowanie aktywności w MS.		
7.	Ocena efektów prowadzonych działań w MS.		
8.	Narzędzia wspierające tworzenie materiałów do MS.		
	Razem		30

Literatura podstawowa:

1.	Biblia Social Media – Expertia 2021
2.	Stawarz B., „Content Marketing i Social Media”, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017
3.	Internet a prawo – jak się nie potknąć – Onepress 2021
4.	Skuteczny remarketing na Facebooku – Digitalk

Literatura uzupełniająca:

1.	10 powodów, dla których powinieneś natychmiast usunąć swoje konta z MS, Helion 2021
2.	Przewodnik po social media w Polsce, IAB-Polska 2023