

**Program kształcenia kierunku Marketing internetowy**

**dla cyklu kształcenia 2023-2026**

# **SPIS TREŚCI**

[1. Ogólna charakterystyka kierunku studiów 4](#_Toc135340976)

[2. Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku marketing internetowy 10](#_Toc135340977)

[3. Plany studiów dla cyklu kształcenia kierunku Marketing internetowy od roku akademickiego 2023/2024 14](#_Toc135340978)

[4. Karty przedmiotów 20](#_Toc135340979)

[A. Grupa przedmiotów ogólnych 20](#_Toc135340980)

[Lektorat języka obcego A1 20](#_Toc135340981)

[Wychowanie fizyczne A2 31](#_Toc135340982)

[Ergonomia i BHP A3 33](#_Toc135340983)

[Wprowadzenie do studiowania i ochrona własności przemysłowej A4 35](#_Toc135340984)

[Technologia informacyjna z Cloud Computing A5 38](#_Toc135340985)

[B. Grupa przedmiotów podstawowych 44](#_Toc135340986)

[Podstawy ekonomii biznesu B1 44](#_Toc135340987)

[Elementy fotografii i filmu B2 47](#_Toc135340988)

[Opracowanie tekstu użytkowego B3 50](#_Toc135340989)

[Kultura i norma języka polskiego B4 54](#_Toc135340990)

[Praktyczna stylistyka B5 59](#_Toc135340991)

[Warsztat pisania twórczego B6 64](#_Toc135340992)

[Socjologia B7 68](#_Toc135340993)

[Zarządzanie relacjami z klientem B8 71](#_Toc135340994)

[Język specjalistyczny (Media and marketing) B9 74](#_Toc135340995)

[Elementy prawa w Internecie B10 77](#_Toc135340996)

[C. Grupa przedmiotów kierunkowych 80](#_Toc135340997)

[Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) C1 80](#_Toc135340998)

[Marketing C2 83](#_Toc135340999)

[Grafika komputerowa C3 87](#_Toc135341000)

[Teoria mediów C4 90](#_Toc135341001)

[Projektowanie graficzne C5 94](#_Toc135341002)

[Tworzenie treści reklamowych C6 97](#_Toc135341003)

[Badania marketingowe C7 100](#_Toc135341004)

[Promocja marki C8 104](#_Toc135341005)

[Podstawy projektowania stron internetowych C9 107](#_Toc135341006)

[Wprowadzenie do mediów społecznościowych C10 110](#_Toc135341007)

[Perswazja w sprzedaży C11 113](#_Toc135341008)

[Public relations/ Public relations C12 116](#_Toc135341009)

[Podstawy analityki internetowej C13 119](#_Toc135341010)

[Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C14 122](#_Toc135341011)

[Komunikacja społeczna/ Social communication C15 125](#_Toc135341012)

[Sztuczna inteligencja w marketingu C16 128](#_Toc135341013)

[Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C17 131](#_Toc135341014)

[Wprowadzenie do pozycjonowania stron C18 137](#_Toc135341015)

[Obieg informacji oraz systemy CRM C19 140](#_Toc135341016)

[Warsztat zawodowy dziennikarza C20 143](#_Toc135341017)

[Redakcja i edycja tekstu C21 147](#_Toc135341018)

[Przedsiębiorczość i własny biznes C22 150](#_Toc135341019)

[Planowanie strategii marketingowej C23 153](#_Toc135341020)

[Zarządzanie zasobami ludzkimi/ HR Management C24 156](#_Toc135341021)

[Etyka biznesu C25 159](#_Toc135341022)

[Planowanie kariery zawodowej w branży marketingowej C26 161](#_Toc135341023)

[Bezpieczeństwo informacji C27 164](#_Toc135341024)

[Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C28 167](#_Toc135341025)

[D Grupa przedmiotów do wyboru: 173](#_Toc135341026)

[D1 Twórca treści: Content Creator 173](#_Toc135341027)

[Strategie komunikacji D1.1 173](#_Toc135341028)

[Newsletter i mailing D1.2 175](#_Toc135341029)

[Reklama w Social Media D1.3 178](#_Toc135341030)

[Content marketing D1.4 181](#_Toc135341031)

[Zarządzanie Fanpage D1.5 184](#_Toc135341032)

[D2 Promowanie witryn internetowych: Specjalista SEM 188](#_Toc135341033)

[Pozycjonowanie Off site D2.1 188](#_Toc135341034)

[Zarządzanie systemami reklamy PPC D2.2 190](#_Toc135341035)

[Pozycjonowanie On site D2.3 194](#_Toc135341036)

[Audytowanie kampanii PPC D2.4 196](#_Toc135341037)

[Audyt SEO strony D2.5 199](#_Toc135341038)

[D3 W zakresie praktyk 200](#_Toc135341039)

[Praktyka zawodowa D3.1 202](#_Toc135341040)

[E Grupa przedmiotów humanistycznych 206](#_Toc135341041)

[Kultura i tradycje regionu E1 208](#_Toc135341042)

[Elementy kultury współczesnej E2 211](#_Toc135341043)

[Argumentation and critical thinking E3 214](#_Toc135341044)

[5. Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS 219](#_Toc135341045)

[6. Liczba punktów ECTS dla danego modułu i dyscypliny 220](#_Toc135341046)

# Ogólna charakterystyka kierunku studiów

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów** | **Marketing internetowy** |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | Praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne, dualne |
| **Czas trwania studiów (liczba semestrów) i łączna liczba godzin:** | 6 semestrów/ 3 lata  1900 godzin |
| **Liczba punktów ECTS konieczna do ukończenia studiów na danym poziomie:** | 187 punkty ECTS |
| **Tytuł zawodowy nadawany absolwentom:** | Licencjat |
| **Dziedzina/-y nauki, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów** | Dziedzina nauk społecznych  Dziedzina nauk humanistycznych |
| **Dyscyplina/-y naukowa/-e, do której/-ych przyporządkowany jest kierunek studiów:** | Nauki o komunikacji społecznej i mediach (dyscyplina wiodąca)  Językoznawstwo  Nauki o zarządzaniu i jakości |
| **W przypadku programu studiów dla kierunku przyporządkowanego do więcej niż jednej dyscypliny należy określić procentowy udział liczby punktów ECTS dla każdej**  **z dyscyplin w łącznej liczbie punktów ECTS, ze wskazaniem dyscypliny wiodącej;** | Nauki o komunikacji społecznej i mediach 65%  Językoznawstwo 20%  Nauki o zarządzaniu i jakości 15% |
| **Termin rozpoczęcia cyklu:** | Rok akademicki 2023/2024 |
| **Wskazanie związku kierunku studiów ze strategią rozwoju oraz misją PANS w Krośnie:** | Program studiów dla kierunku Marketing internetowy jest spójny ze Strategią Karpackiej Państwowej Uczelni w Krośnie na lata 2021-2025. Utworzenie kierunku studiów Marketing internetowy wpisuje się w pełni w misję uczelni określoną w Statucie PANS w Krośnie. Powstanie tego innowacyjnego kierunku odwołuje się do fundamentalnego powołania uczelni do podejmowania przedsięwzięć edukacyjnych wykorzystujących nowoczesne technologie, kształtujących nowoczesne społeczeństwo. Interdyscyplinarność tego kierunku jest realizacją zrównoważonego rozwoju uczelni w oparciu o różnorodność oferty kształcenia w obrębie wielu dziedzin nauki, a także odpowiada zapotrzebowaniu otoczenia społeczno-gospodarczego Uczelni. Ważnym aspektem kierunku studiów jest jego praktyczny charakter potwierdzony udziałem Agencji KS już na etapie projektowania planu studiów i efektów uczenia się.  Kierunek studiów Marketing internetowy przyczynia się do realizacji celów strategicznych Uczelni powiązanych ze strategią rozwoju województwa podkarpackiego. Analiza SWOT konkurencyjnej i innowacyjnej gospodarki oraz kapitału społecznego województwa podkreśla jako mocną stronę regionu i szansę jego dalszego rozwoju zasób dobrze wykwalifikowanej kadry w sektorze IT funkcjonującego w konkurencyjnym środowisku. Rozwijanie tego potencjału jako cel strategiczny uczelni, powinno się odbywać na drodze współpracy z lokalnymi i krajowymi podmiotami gospodarczymi, zaś efekty badań naukowych należy wdrażać we partnerstwie z przedsiębiorstwami wspomagającymi lokalny rynek pracy, szczególnie na drodze praktycznej tak, aby umożliwić płynne wchodzenie absolwentów w obowiązki zawodowe. Kierunek studiów doskonale wpisuje się w tę strategię rozwoju Uczelni i regionu. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów potrzeb społeczno-gospodarczych oraz zgodności zakładanych efektów uczenia się z tymi potrzebami:** | Program studiów na kierunku Marketing internetowy uwzględnia potrzeby zgłaszane przez otoczenie społeczno-gospodarcze i w związku z tym podlega nieustannemu doskonaleniu, co powoduje:  • podniesienie jakości poprzez między innymi aktualizowanie treści kształcenia poszczególnych przedmiotów, uwzględniając najnowsze wyniki i osiągnięcia naukowe, oferowanie nowych lub zmodyfikowanych specjalności dostosowując je do potrzeb krajowego i międzynarodowego rynku pracy, przy współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym zrzeszonym w Kolegium Instytutu Zdrowia i Gospodarki, a także Konwencie Uczelni,  • rozwijanie współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym w celu zapewnienia studentom szerokich możliwości odbywania praktyk zawodowych i staży,  • stwarzanie możliwości uzyskiwania przez studentów kierunku Marketing internetowy certyfikatów potwierdzających uzyskane kompetencje zawodowe,  • umiędzynarodowienie procesu kształcenia, poprzez między innymi prowadzenie zajęć w języku angielskim.  Analiza zgodności zakładanych efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi dokonywana jest na podstawie spotkań i konsultacji z przedstawicielami lokalnego rynku pracy, z interesariuszami zewnętrznymi, z kluczowym partnerem kierunku firmą KS, sugestii płynących od studentów.  Ważną rolę w procesie analizy zgodności efektów uczenia się z potrzebami rynku pracy odgrywają także wnioski płynące z ankiet ewaluacyjnych przeprowadzanych wśród studentów. Ich opinia dotycząca oferty kształcenia decyduje o konieczności weryfikacji efektów uczenia się oraz celowości tworzenia nowej oferty programowej. |
| **Ogólne cele kształcenia oraz możliwości zatrudnienia, typowe miejsca pracy i możliwości kontynuacji kształcenia przez absolwentów:** | Absolwenci kierunku Marketing internetowy znajdą zatrudnienie w wielu zawodach związanych z dynamicznie rozwijającym się rynkiem innowacyjnych usług:  **Specjalista SEO** - osoba odpowiedzialna za optymalizację stron internetowych, przygotowywanie audytów technicznych, często też działania content marketingowe i link buildingowe, analizowanie i monitorowanie efektów, a także raportowanie działań. SEOwiec czuwa nad stroną, dbając o jej prawidłowe i wysokie pozycje wyświetlenia w przeglądarce.  **Specjalista Google Ads** - osoba na tym stanowisku odpowiedzialna jest za prowadzenie skutecznych kampanii w Google Ads. Do jej zadań należy przede wszystkim: przygotowanie i realizacja strategii kampanii, jej konfiguracja i optymalizacja, nadzór nad budżetem i kosztami. Ponadto jest odpowiedzialna za przeprowadzanie analiz, wyciąganie wniosków i raportowanie efektów prowadzonych działań.  **Specjalista Social Media** - opracowuje i wdraża kampanie brandowe, viralowe i sprzedażowe, dba o wizerunek firmy w mediach społecznościowych. Tworzy angażujące posty, dba o komunikację z odbiorcami.  **Copywriter** - tworzy unikalne i kreatywne teksty, które potrafią zaciekawić, utrzymać w napięciu i sprzedać. Copywriter opracowuje treści dla stron internetowych, prowadzi blogi firmowe, pisze chwytliwe teksty reklam i publikacji w sieci. Znając różne techniki marketingu treści, zgrabnie się nimi posługuje, aby realizować zadane cele.  **Specjalista ds. Link Buildingu** - przygotowuje analizy profilu linków i na tej podstawie wybiera potencjalne miejsca, w których warto zamieścić odnośnik do pozycjonowanej strony. Czuwa nad prawidłowym przebiegiem procesu linkowania w oparciu o szeroką wiedzę, umiejętności i doświadczenie - podejmuje decyzje w kwestii doboru strategii, maksymalizującej szanse na sukces marketingowy. Na jego barkach spoczywa duża część odpowiedzialności za pozycje osiągane przez stronę internetową w wynikach wyszukiwania Google.  **Projektant UX oraz UI** - osoba kompetentnie pośrednicząca między specjalistą IT a jego potencjalnymi klientami lub użytkownikami. Aby strona internetowa była funkcjonalna, użyteczna, przystępna i wiarygodna, czyli po prostu, by realizowała swoje zadania biznesowe, jej tworzeniu towarzyszy praca analityka oceniającego efekt (a najpierw projekt-klikalną makietę) pod względem doświadczenia użytkownika (UX – User Experience) oraz intuicyjności interface’u (UI – User Interface).  **PR-owiec** - zainteresowany niemal wszystkim, podążający za branżą klienta, sprawny w kontakcie z mediami, opanowany i twórczy dostarczyciel komunikatów medialnych.  Absolwenci kierunku Marketing internetowy będą mogli kontynuować edukację na studiach magisterskich związanych z komunikacją społeczną, dziennikarstwem oraz marketingiem. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wniosków z analizy wyników monitoringu karier zawodowych studentów i absolwentów:** | Akademickie Biuro Karier w strukturach uczelni funkcjonuje od 2005 roku (powołane zostało Zarządzeniem Nr 13/05 Rektora PWSZ w Krośnie z dnia 30 czerwca 2005roku). Biuro Karier odgrywa znaczącą rolę w szeroko rozumianej aktywizacji zawodowej studentów i absolwentów PANS w Krośnie oraz w podejmowaniu działań ułatwiających studentom kontakty z otoczeniem potencjalnych pracodawców. Do najważniejszych zadań Biura Karier należą: promocja Uczelni i jej studentów oraz absolwentów wśród pracodawców, pozyskiwanie ofert pracy, staży oraz praktyk zawodowych, przygotowanie studentów do skutecznego poszukiwania zatrudnienia, a także ich efektywnego funkcjonowania na rynku pracy. Biuro Karier współpracuje także z pracodawcami, ułatwiając im pozyskanie właściwych kandydatów na miejsca pracy oraz staże zawodowe. Informacje, które uzyskuje uczelnia na temat monitorowania losów zawodowych absolwentów przekazywane są władzom uczelni, dyrektorom instytutów oraz kierownikom poszczególnych zakładów. Wyniki uzyskiwane z monitoringu losów absolwentów mogą być jednym z kilku czynników wpływających na wprowadzenie ewentualnych zmian w programach kształcenia. |
| **Informacja na temat uwzględnienia w programie studiów wymagań i zaleceń komisji akredytacyjnych, w szczególności Polskiej Komisji Akredytacyjnej:** | Kierunek kształtowany jest od podstaw i nie podlegał akredytacji. W procesie opracowania kierunku wykorzystano sugestie i ogólne zalecenia PKA dotyczące schematów funkcjonowania kierunków studiów o profilu praktycznym. |
| **Informacja na temat uwzględnienia  w programie studiów przykładów dobrych praktyk:** | Program studiów na kierunku Marketing internetowy uwzględnia dobre praktyki związane z kreowaniem studiów dualnych obejmujące m.in.  • dostosowanie programu studiów do potrzeb rynku pracy poprzez konsultacje z pracodawcami,  • konsultacje programu praktyk zawodowych z pracodawcami,  • aktywizację studentów poprzez umożliwianie im rozwoju zainteresowań naukowych działając w pracach studenckich kół naukowych, seminariach i wyjazdach na konferencje,  • kształcenie i wspieranie postaw prospołecznych studentów poprzez organizowanie i umożliwianie udziału w różnego rodzaju akcjach promujących Uczelnię i działaniach charytatywnych, proekologicznych, czy społecznych, popularyzację nauki wśród uczniów szkół podstawowych i ponadpodstawowych poprzez organizowanie dla nich wykładów i warsztatów, zarówno w siedzibie Uczelni, jak i w w/w szkołach, a także stałą współpracę ze szkołami partnerskimi. |
| **Informacja na temat współdziałania w zakresie przygotowania programu kształcenia  z interesariuszami zewnętrznymi** | Opinie interesariuszy zewnętrznych są ważnym głosem branym pod uwagę przy projektowaniu programu studiów. Jako głos doradczy uczestniczą oni w projektowaniu, modyfikacji i aktualizacji programu studiów, efektów uczenia się oraz przy określaniu perspektyw rozwoju kierunku. W ramach współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym na kierunku Marketing internetowy Firma KS w aktywny sposób włączyła się w działania związane z kierunkiem studiów jako partner studiów dualnych. Program studiów konsultowano, zgodnie z procedurą jakościową Procedura WSZJK-U/8 dotycząca współpracy z otoczeniem społeczno-gospodarczym z lokalnymi przedstawicielami firm i przedsiębiorstw związanych z marketingiem internetowym. |
| **Opis kompetencji oczekiwanych od kandydata ubiegającego się o przyjęcie na studia:** | Kandydat ubiegający się o przyjęcie na studia na kierunek Marketing internetowy musi mieć zdany egzamin maturalny.  Egzamin maturalny (nowa matura) – konkurs świadectw z uwzględnieniem pisemnego egzaminu z języka polskiego i języka obcego.  Egzamin dojrzałości (stara matura) – konkurs świadectw obejmujący wyniki ukończenia szkoły średniej z języka polskiego i języka obcego.  Z pominięciem postępowania rekrutacyjnego o przyjęcie na studia ubiegać się mogą laureaci i finaliści stopnia centralnego i okręgowego olimpiady z języka polskiego lub angielskiego.  Kandydat powinien wykazać się dobrą znajomością języka polskiego oraz angielskiego, posiadać zainteresowania informatyczne. Powinien też być zdecydowany do kształcenia się w dynamicznie zmieniającym się środowisku rynku marketingowym. |

# Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku marketing internetowy

**Tabela odniesień efektów uczenia się dla kierunku studiów do charakterystyk I i II stopnia poziomu 6 Polskiej Ramy Kwalifikacji**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Nazwa kierunku studiów:** Marketing Internetowy  **Określenie dyscypliny/dyscyplin naukowych, do których został przyporządkowany kierunek studiów**: nauki o komunikacji społecznej i mediach, językoznawstwo, nauki o zarządzaniu i jakości  **Poziom studiów:** studia pierwszego stopnia  **Profil studiów:** praktyczny  **Tytuł zawodowy:** licencjat | | | |
| Opis zakładanych efektów uczenia się dla kierunku studiów, poziomu i profilu uwzględnia uniwersalne charakterystyki pierwszego stopnia dla poziomu 6 określone w ustawie z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2017 r. poz. 986) oraz charakterystyki drugiego stopnia dla poziomu 6 określone w rozporządzeniu Ministra Nauki i Szkolnictwa Wyższego z dnia 28 listopada 2018 r. w sprawie charakterystyk drugiego stopnia efektów uczenia się dla kwalifikacji na poziomach 6-8 Polskiej Ramy Kwalifikacji | | | |
| Symbol efektu uczenia się  dla kierunku studiów | Po ukończeniu studiów pierwszego stopnia na kierunku  **Marketing Internetowy** w kategorii: | Odniesienie do charakterystyk I stopnia | Odniesienie do charakterystyk II stopnia |
| **WIEDZA**  **absolwent zna i rozumie:** | | | |
| MI\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Potrafi wiedzę tę stosować w praktyce zawodowej. | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W02 | W stopniu zaawansowanym teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych, a także rozumie zależności między metodą przechowywania informacji i jej przekazu a środowiskiem społecznym | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W03 | W zaawansowanym stopniu teorie, metody i zależności związane z komunikacją marketingową i marketingiem które stanowią podstawy teoretyczne działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 P6S\_WG\_5.6 |
| MI\_W04 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia komunikacji społecznej, biznesowej oraz interpersonalnej. Zna zasady korzystania z nowoczesnych kanałów przesyłu informacji w mediach społecznościowych oraz z wykorzystaniem systemów zarządzania informacją wewnątrz organizacji. Stosuje je w praktyce zawodowej z poszanowaniem zasad współżycia społecznego. | P6U\_W | P6S\_WG\_1.4  P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W05 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu. Stosuje tę wiedzę w praktyce zawodowej. | P6U\_W | P6S\_WG\_5.4 |
| MI\_W06 | Podstawowe zasady ochrony prawa własności oraz prawa w zakresie działalności gospodarczej. Zna zasady prawne oraz dotyczące bezpieczeństwa pracy związane z wybranym typem działalności zawodowej | P6U\_W | P6S\_WK\_5.6 |
| MI\_W07 | Podstawy tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości. | P6U\_W | P6S\_WK\_5.6 |
| **UMIEJĘTNOŚCI**  **absolwent potrafi:** | | | |
| MI\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu rozwiązania zadań związanych z działalnością zawodową, szczególnie w dziedzinie komunikacji marketingowej. | P6U\_U | P6S\_UW\_1.4  P6S\_UW\_5.4 |
| MI\_U02 | Wykorzystać posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U03 | Stosować narzędzia informatyczne, media i techniki skutecznego komunikowania w celach zawodowych, szczególnie w wykonywaniu zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych oraz komunikacji społecznej | P6U\_U | P6S\_UW\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U04 | Posługiwać się terminologią specjalistyczną z zakresu językoznawstwa, teorii mediów, stylistyki, marketingu, komunikacji marketingowej oraz teorii informatycznych w zakresie związanym z działalnością zawodową | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4  P6S\_UW\_5.6 |
| MI\_U05 | Brać udział w debacie poprzez samodzielne i krytyczne podejście do pozyskanych informacji. Jest świadomy manipulacyjnych i dezinformacyjnych działań w przestrzeni medialnej i społecznej | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4  P6S\_UK\_5.4 |
| MI\_U06 | Posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w podstawowym zakresie specjalistycznym. | P6U\_U | P6S\_UK\_1.4 |
| MI\_U07 | Planować pracę w zespole, rozpoznawać kompetencje członków zespołu i uwzględniać ich indywidualne uzdolnienia, a także zależne od kontekstu kulturowego indywidualne style komunikacyjne. Stosuje w tym celu dostępne narzędzia informatyczne | P6U\_U | P6S\_UO\_1.4  P6S\_UO\_5.4 |
| MI\_U08 | Dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego dzięki planowemu uczeniu się przez całe życie. Rozwój zawodowy postrzega w szerokiej perspektywie przemian cywilizacyjnych i kulturowych. | P6U\_U | P6S\_UU\_1.4  P6S\_UU\_5.4 |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE**  **absolwent jest gotów do:** | | | |
| MI\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole, szczególnie w zespole wielokulturowym i interdyscyplinarnym. Przyjmuje krytyczne oceny własnych umiejętności ze spokojem i dąży do stałego ich podwyższania. Jeśli jest świadom swoich ograniczeń nie waha się poprosić o pomoc eksperta. | P6U\_K | P6S\_KK\_1.4  P6S\_KK\_5.4 |
| MI\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Wykorzystuje swoje umiejętności dla dobra wspólnego. | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4 |
| MI\_K03 | Przejawiania inicjatywy, jest przedsiębiorczy | P6U\_K | P6S\_KO\_1.4  P6S\_KO\_5.4  P6S\_KO\_5.6 |
| MI\_K04 | Przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów. Rozumie społeczną szkodliwość manipulacji i dezinformacji. | P6U\_K | P6S\_KR\_1.4  P6S\_KR\_5.4 |

1.4 – nauki humanistyczne, językoznawstwo

5.4 – nauki społeczne, nauka o komunikacji społecznej i mediach

5.6 – nauki społeczne, nauka o zarządzaniu i jakości

# Plany studiów dla cyklu kształcenia kierunku Marketing internetowy od roku akademickiego 2023/2024

**Państwowa Akademia Nauk Stosowanych w Krośnie**

**Kierunek: Marketing internetowy**

**Poziom: Studia I stopnia – licencjackie**

**Profil: Praktyczny**

**Forma: Stacjonarne**

**Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2023/2024**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
|  |  | **Plan studiów Marketing internetowy 2023/2024** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |  |  | | |  |  |  |  | |  |  |  |
|  | |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  |  | |  |  |  |
| **Lp.** | **Nazwa przedmiotu** | **Egz po sem/ zalicz** | | **Rok I** | | | | | | | | | | | | | **Rok II** | | | | | | | | | | **Rok III** | | | | | | | | | | | **Suma godzin** | **Suma ECTS** |
| **sem. 1** | | | | | | **sem. 2** | | | | | | | **sem. 3** | | | | | **sem. 4** | | | | | **sem. 5** | | | | | | **sem. 6** | | | | |
| **W** | **ĆW** | | | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | | | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | | **ECTS** | **W** | **ĆW** | | | | **ECTS** | **W** | | **ĆW** | | **ECTS** |
| **godz** | | **forma** | | **godz.** | | | **forma** | | **godz.** | | **forma** | **godz.** | | **forma** | **godz.** | | | **forma** | **godz.** | **forma** |
| **A** | **Grupa przedmiotów ogólnych** |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | **240** | **12** |
| **1** | Lektora języka obcego | E4 | |  | 30 | | Le | | 2 |  | 30 | | | Le | | 2 |  | 30 | | Le | 2 |  | 30 | | Le | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 120 | 8 |
| **2** | Wychowanie fizyczne | Z | |  | 30 | | Wa | |  |  | 30 | | | Wa | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 0 |
| **3** | Ergonomia i BHP | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  | 15 |  | |  | 1 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **4** | Wprowadzenie do studiowania i ochrona własności przemysłowej | Z | | 15 |  | |  | | 1 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **5** | Technologia infromacyjna z Cloud Computing | Z | |  | 30 | | Pr | | 2 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **B** | **Grupa przedmiotów podstawowych** | | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | **405** | **28** |
| **1** | Podstawy ekonomii biznesu | E1 | | 30 | 30 | | Pr | | 5 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 5 |
| **2** | Elementy fotografii i filmu | Z | |  | 15 | | Wa | | 2 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 2 |
| **3** | Opracowanie tekstu użytkowego | Z | |  | 30 | | A | | 2 |  | 30 | | | A | | 2 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 4 |
| **4** | Kultura i norma języka polskiego | E3 | |  |  | |  | |  | 15 | 15 | | | A | | 2 | 15 | 15 | | A | 2 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 4 |
| **5** | Praktyczna stylistyka | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  | 15 | 30 | | A | 2 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 2 |
| **6** | Warsztat pisania twórczego | E5 | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  | 30 | | Wa | 2 |  | 30 | | | Wa | 2 |  | |  |  |  | 60 | 4 |
| **7** | Socjologia | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 15 |  | |  | 1 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **8** | Zarządzanie relacjami z klienem | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  | 15 | |  |  | 1 | 15 | 1 |
| **9** | Język specjalistyczny (Media and marketing) | E6 | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 30 | | | Wa | 2 |  | | 30 | Wa | 2 | 60 | 4 |
| **10** | Elementy prawa w Internecie | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  | 15 | |  |  | 1 | 15 | 1 |
| **C** | **Grupa przedmiotów kierunkowych** | |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | **985** | **91** |
| **1** | Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) | Z | |  | 30 | | Pr | | 2 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **2** | Marketing | E1 | | 30 | 30 | | Pr | | 5 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 5 |
| **3** | Grafika komputerowa | Z | |  | 15 | | L | | 2 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 2 |
| **4** | Teoria mediów | E1 | | 30 |  | |  | | 2 |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **5** | Projektowanie graficzne | Z | | 15 | 15 | | Pr | | 3 |  | 15 | | | Pr | | 2 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 5 |
| **6** | Tworzenie treści reklamowych | Z | |  |  | |  | |  |  | 30 | | | Pr | | 3 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **7** | Badania marketingowe | E2 | |  |  | |  | |  | 15 | 30 | | | Pr | | 4 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 4 |
| **8** | Promocja marki | Z | |  |  | |  | |  | 15 | 15 | | | Pr | | 3 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **9** | Podstawy projektowania stron internetowych | E3 | |  |  | |  | |  | 15 | 30 | | | Pr | | 4 | 15 | 30 | | Pr | 4 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 90 | 8 |
| **10** | Wprowadzenie do mediow społecznościowych | Z | |  |  | |  | |  | 15 | 15 | | | Pr | | 3 | 15 | 15 | | Pr | 2 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 60 | 5 |
| **11** | Perswazja w sprzedaży | Z | |  |  | |  | |  |  | 30 | | | Wa | | 3 |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **12** | Public relations/ Public relations | E3 | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  | 15 | 15 | | A | 3 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **13** | Podstawy analityki internetowej | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  | 15 | 15 | | Pr | 3 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **14** | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  | 15 | 30 | | Pr | 2 |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 2 |
| **15** | Komunikacja społeczna/ Social communication | E4 | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 15 | 15 | | A | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **16** | Sztuczna inteligencja w marketingu | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 15 |  | |  | 1 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **17** | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 10 | 20 | | Pr | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **18** | Wprowadzenie do pozycjonowania stron | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  | 30 | | Pr | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **19** | Obieg informacji oraz systemy CRM | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  | 30 | | Pr | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **20** | Warsztat zawodowy dziennikarza | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 15 | 30 | | Wa | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 2 |
| **21** | Redakcja i edycja tekstu |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  | 15 | | Wa | 1 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **22** | Przedsiębiorczość i własny biznes | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  | 15 | 30 | | Pr | 2 |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | 45 | 2 |
| **23** | Planowanie strategii marketingowej | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 30 | | | Pr | 2 |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **24** | Zarządzanie zasobami ludzkim/  HR management | E5 | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  | 20 | 10 | | | A | 2 |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **25** | Etyka biznesu | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  | 15 |  | | |  | 1 |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **26** | Planowanie kariery zawodowej w branży marketingowej | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  | 10 |  | | |  | 1 |  | |  |  |  | 10 | 1 |
| **27** | Bezpieczeństwo informacyjne | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  | 30 | |  |  | 2 | 30 | 2 |
| **28** | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 30 | | | S | 2 |  | | 30 | S | 17 | 60 | 19 |
| **D** | **Grupa przedmiotów do wyboru:** |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  |  |  |
| **D1** | **Twórca treści (Content Creator)** |  |  |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | |  |  |  | **195** | **18** |
| **1** | Strategie komunikacji | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 30 | | | Pr | 3 |  | |  |  |  | 30 | 3 |
| **2** | Newsletter i mailing | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 45 | | | Pr | 4 |  | |  |  |  | 45 | 4 |
| **3** | Reklama w Social Media | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | | 45 | Pr | 4 | 45 | 4 |
| **4** | Content marketing | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | | 30 | Pr | 3 | 30 | 3 |
| **5** | Zarządzanie fanpage | Z | |  |  | |  | |  |  |  | | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 45 | | | Pr | 4 |  | |  |  |  | 45 | 4 |
| **D2** | **Promowanie witryn internetowych (Specjalista SEM)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | **195** | **18** |
| **1** | Pozycjonowanie Off site | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 30 | | | Pr | 3 |  |  | |  |  | 30 | 3 |
| **2** | Zarządzanie systemami reklamy PPC | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 45 | | | Pr | 4 |  |  | |  |  | 45 | 4 |
| **3** | Pozycjonowanie On site | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  | 45 | | | Pr | 4 |  |  | |  |  | 45 | 4 |
| **4** | Audytowanie kampanii PPC | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | 30 | | Pr | 3 | 30 | 3 |
| **5** | Audyt SEO strony | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  | 45 | | Pr | 4 | 45 | 4 |
| **D3** | **w zakresie praktyk:** |  |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | | |  |  |  |  | |  |  |  |  |
| **1** | Praktyka zawodowa (24 tygodnie) | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  | 6 tygodni (240h) | | | | 8 | 8 tygodni (320h) | | | | 12 | 6 tygodni (240h) | | | | | 8 | 4 tygodnie (160h) | | | | 5 | 960 | **33** |
| **E** | **Grupa przedmiotów humanistycznych** |  |  |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  | |  |  |  | |  |  |  | **75** | **5** |
| **1** | Kultura i tradycje regionu | Z | |  | |  | |  |  |  | |  | |  | |  | 15 | |  |  | 1 |  | |  |  |  |  | |  | |  |  |  | |  |  |  | 15 | 1 |
| **2** | Elementy kultury współczesnej | Z | |  | | 30 | | A | 2 |  | |  | |  | |  |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **3** | Argumentation and critical thinking | Z | |  | |  | |  |  | 15 | | 15 | | Wa | | 2 |  | |  |  |  |  | |  |  |  |  | |  | |  |  |  | |  |  |  | 30 | 2 |
| **Suma Moduł D1 [CC]** | |  | | **120** | | **285** | |  | **30** | **90** | | **285** | |  | | **30** | **135** | | **180** |  | **30** | **85** | | **230** |  | **31** | **45** | | **250** | |  | **31** | **60** | | **135** |  | **35** | **1900** | **187** |
| **Ogółem** | |  | | **405** | | | | | | **375** | | | | | | | **315** | | | | | **315** | | | | | **295** | | | | | | **195** | | | | | **1900** | **187** |
| **Suma moduł D2 [SEM]** | |  | | **120** | | **285** | |  | **30** | **90** | | | **285** | |  | **30** | **135** | | **180** |  | **30** | **85** | | **230** |  | **31** | **45** | | | **250** |  | **31** | **60** | | **135** |  | **35** | **1900** | **187** |
| **Ogółem** | |  | | **405** | | | | | | **375** | | | | | | | **315** | | | | | **315** | | | | | **295** | | | | | | **195** | | | | | **1900** | **187** |

**W - wykład, A - ćwiczenia audytoryjne, L - ćwiczenia laboratoryjne, Pr - ćwiczenia projektowe, Wa - ćwiczenia warsztatowe, S - seminarium dyplomowe, Le - lektorat**

# **Karty przedmiotów**

# **A. Grupa przedmiotów ogólnych**



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Lektorat języka obcego A1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Foreign language course |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 8 |
| **Język wykładowy:** | angielski |
| **Rok akademicki:** | Od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1-4 |
|  |  |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Treści programowe zapewniają studentowi zyskanie biegłości językowej co najmniej B2 wg Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego. Zakres tematyczny: globalizacja, media, technika, turystyka, edukacja, kształcenie się przez całe życie, relacje międzyludzkie, praca zawodowa, zagadnienia ekonomiczne. | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 120 lektorat | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| A1\_W01 | ma wiedzę z nauki o języku potrzebną do formułowania i rozwiązywania zadań związanych z zagadnieniami specjalistycznymi w języku polskim i językach obcych. | | MI\_W01 | lektorat | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych |
| A1\_W02 | Zna zasady komunikacji społeczno-biznesowej i interpersonalnej w środowisku obcojęzycznym. | | MI\_W04 | lektorat | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych |
| A1\_W03 | ma uporządkowaną podstawową wiedzę z zakresu leksyki, gramatyki i pragmatyki języka polskiego i języka obcego, nieodzowną dla rozumienia i tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w standardowej odmianie języka obcego, o tematyce ogólnej i utylitarnej specjalistycznej. | | MI\_W01 MI\_W06 | lektorat | Ocena pisemnych prac kontrolnych Ocena wypowiedzi ustnych |
| A1\_W04 | ma podstawową wiedzę o prawnych i ekonomicznych uwarunkowaniach funkcjonowania instytucji politycznych, administracyjnych, społecznych i gospodarczych krajów obszaru językowego – język obcy. | | MI\_W04  MI\_W07 | lektorat | Zaliczenie |
| A1\_U01 | potrafi sprawnie funkcjonować w przestrzeni publicznej w nowych mediach | | MI\_U05 | lektorat | Prezentacje |
| A1\_U02 | potrafi posługiwać się językiem obcym w zakresie sprawności pisania, czytania ze zrozumieniem, słuchania i mówienia zgodnym z wymaganiami określonymi dla poziomu co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia. | | MI\_U06 | lektorat | Wypowiedzi pisemne i ustne |
| A1\_U03 | potrafi posługiwać się językiem obcym specjalistycznym w zakresie wystarczającym do działań w sferze zawodowej | | MI\_U06 | lektorat | Tworzenie tekstów specjalistycznych w mediach |
| A1\_U04 | jest komunikatywny w prezentacjach medialnych i wystąpieniach publicznych. | | MI\_U01  MI\_U02  MI\_U03 | lektorat | Dyskusja na zajęciach |
| A1\_K01 | jest odpowiedzialny za rzetelność wykonywanej pracy i jej społeczne skutki. | | MI\_K02 | lektorat | Udział w zajęciach i imprezach organizowanych przez uczelnię oraz firmę |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 8 | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Lektorat  Egzamin  **w sumie:**  ECTS | 120  2  **122**  4,9 |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie ogólne  Praca nad projektem  Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | 53  10  15  **78**  3,1 |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Lektorat  Praca nad projektem  **w sumie:**  ECTS | 120  10  **130**  **5,2** |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | leksyka i gramatyka na poziomie B2  **JĘZYK ANGIELSKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Job interviews rozmowy kwalifikacyjne.  Employment (zatrudnienie)  Personality, compound adjectives (cechy osobowości, przymiotniki złożone)  Illnesses, injuries, symptoms (choroby, kontuzje, objawy)  Clothes, fashion (ubrania, moda)  Describing people (opisywanie osób)  Air travel (podróżowanie samolotem)  Books, reading habits (książki, nawyki czytelnicze)  **Zakres gramatyczny**  Rodzaje pytań  Wyrazy posiłkowe i ich zastosowanie.  Czasy: Present Simple i Continuous, Present Perfect, Past Simple i Continuous, Future Simple.  Stopniowanie przymiotników, kolejność przymiotników.  Zdania porównujące.  Czasowniki złożone.  Czasy: Present Perfect Simple i Continuous.  Użycie przymiotnika w funkcji rzeczownika.  Czasy: Past Perfect i Past Perfect Continuous.  Konstrucja *so/such...that* - użycie w zdaniach  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Ecology, weather (ekologia, pogoda)  Predictions- wyrażenia *definietely, probably, likely/unlikely* (przewidywanie przyszłości)  Risky behaviour and hobbies (ryzykowne zachowania i hobby)  Road safety (bezpieczeństwo na drodze)  Addictions (uzależnienia)  Positive and negative feelings (pozytywne i negatywne uczucia)  **Zakres gramatyczny**  Pozycja przysłówków i wyrażeń przysłówkowych w zdaniu  Czasy: Future Perfect i Future Continuous  Zerowy i pierwszy okres warunkowy  Zdania czasowe dotyczące przyszłości  Drugi i trzeci okres warunkowy  Zdania z *"wish"*  Przymiotniki zakończone na -ed i -ing  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Music, musical instruments (muzyka, instrumenty muzyczne)  Sleep, sleeping disorders (Sen i zaburzenia snu)  Human body ( ciało człowieka)  Confusing verbs e.g. *matter/mind* ( czasowniki często mylone np. *matter/mind*)  Verbs of senses – czasowniki zmysłów: *look, taste, smell, sound*  Crimes and legal system (przestępstwa i system karny)    **Zakres gramatyczny**  Forma gerundialna i bezokolicznikowa czasownika  Konstrukcje*: used to, be used to, get used to; would rather*  Czasowniki modalne *must,may, can’t* w wyrażaniu prawdopodobieństwa  Użycie wyrazu *“as”*  Strona bierna; konstrukcje *it is said that*…, *he is thought to*…; *have something done*  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Media- press, radio, TV (media- prasa, radio, TV)  Advertising, business (reklama, biznes  Word formation (słowotwórstwo)  Science (nauka)  Collocations (kolokacje: pary wyrazowe)  Technical language (elementy języka technicznego)    **Zakres gramatyczny**  Mowa zależna**,** czasowniki wprowadzające  Wyrażanie kontrastu i celu;  Przysłówki *whatever, whenever itd*  Rzeczowniki policzalne i niepoliczalne  Zaimki ilościowe: *all, both* itp.  Przedimki określone i nieokreślone  =============================================  **JĘZYK NIEMIECKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Ich und meine Familie -Familienleben / Ja i moja rodzina - życie rodzinne  Meine Freizeit, meine Hobbys / mój wolny czas, moje zainteresowania  Freundschaft, meine Freunde - Beschreibung /przyjaźń, moi przyjaciele - opis  Mein Alltag, mein Wochenende / mój dzień powszedni, mój weekend  Mahlzeiten, gesundes Essen/ posiłki, zdrowa żywność  **Zakres gramatyczny**  Zdanie proste oznajmujące i pytające, tworzenie pytań dwoma sposobami  Czasowniki mocne w czasie teraźniejszym typu: *essen, fahren, sehen*  Tryb rozkazujący - forma grzecznościowa oraz forma z *hätte*  Przeczenie *nein – nicht*, *nein - kein*  Zaimki dzierżawcze i osobowe- odmiana, zastosowanie  Przysłówki miejsca, czasu  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Gesundheitswelt - Krankheiten, Besuch beim Arzt / zdrowie - choroby, wizyta u lekarza  Mein Haus, mein Zimmer - Beschreibung /mój dom, mój pokój - opis  Die Urlaubsreise - Reisefieber, Reisevorbereitungen, Haustauschurlaub /podróż - stres z tym związany,przygotowania do podróży, wymiana „dom za dom“  Partys - Organisierung - Einladung der Gaste / imprezy - organizacja - zapraszanie gości  Das Wetter - Beschreibung / pogoda - opis  **Zakres gramatyczny**  Liczebniki porządkowe – dokładna data (*am, im*)  Zaimki *man, es*  Czasowniki modalne, rozdzielnie złożone, zwrotne.  Rekcja czasownika. Pytanie o rzecz i osobę.  Rzeczownik - odmiana  Przyimki  Czasowniki *lassen* w zdaniu  Stopniowanie przymiotnika, zdanie porównawcze  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Orientierung in der Stadt -Fragen nach dem Weg /orientacja w mieście - pytanie o drogę  Meine Stadt - mein Wohnort / moje miasto - moje miejsce zamieszkania  Schulwesen - neue Lehrkulturen /szkolnictwo - nowe trendy uczenia  Schulangst, Gewalt, Mobbing - die Folgen, Ratschlage geben /strach przed szkołą, przemoc, mobbing  „Geld ist nicht alles „ - Gesprache fuhren / „pieniądze to nie wszystko“ - dyskusja  **Zakres gramatyczny**  Czas Perfekt, Imperfekt, Futur I  Strona bierna  Zdanie złożone – spójniki o szyku prostym i przestawnym  Spójnik *ob, dass, weil*  Zdania przyzwalajace *( obwohl - trotzdem)*  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  - Das Leben im Seniorenalter - Einfluss der Tradition und der Familie / życie na emeryturze - wpływ tradycji i rodziny  Arbeitswelt - Neben - und Ferienjob / praca - zajęcie dodatkowe, praca dodatkowa  Sport im Leben der Menschen/ sport w życiu człowieka  Mein Studium, meine Zukunftplane / moje studia, moje plany na przyszłość  Aktive und passive Erholung / aktywny i pasywny wypoczynek  **Zakres gramatyczny**  Zdania warunkowe  Tryb przypuszczający  Zdania czasowe (wszystkie spójniki)  Konstrukcje bezokolicznikowe z *zu* i bez *zu*  Zdania przydawkowe.  ===================================================  **JĘZYK FRANCUSKI**  **I SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Les langues vivantes (języki obce)  Les sentiments(uczucia)  Les pièces et les meubles (pomieszczenia mieszkalne, wyposażenie),  Les habitations (miejsca zamieszkania)  Les activitésquotidiennes (czynności codzienne)  Les maux, les maladies et leurs symptômes (dolegliwości, choroby i ich objawy)  Domander et donner conseil (proszenie o rady oraz udzielanie rad)  **Zakres gramatyczny**  Czas przeszły *Passé Composé,*  *Z*aimki w dopełnieniu dalszym, czasownik „*trouver”,*  Wyrażenie celu „*pour*” i uzasadnienie „*parce que”*  Zaimek „*y”*, struktury stopniowania „*plus, moins, aussi, autant que...”*  Tworzenie rzeczowników złożonych  Tryb rozkazujący,  Czasownik „*devoir”* w trybie warunkowym  **II SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Du début du XX siècle jusqu'àaujourd'hui (od początku XX wieku do dziś- wydarzenia)  L'histoire de la peinture en France (historia sztuki malarskiej we Francji)  Les Prévisions météo (prognoza pogody)  Le réchauffement climatique et ses consequences (ocieplenie klimatyczne i jego skutki)  L'avenir de le France et l'alimentation du futur (przyszłość Francji i żywność w przyszłości)  **Zakres gramatyczny**  Czas przeszły *Imparfait*, przymiotniki i zaimki nieokreślone, zaimek osobowy „*on”,*  Zdanie podrzędne czasowe z spójnikiem „*quand”*  Opozycja czasów przeszłych *PasséComposé i Imparfait*  Zaimki względne „*qui, que, où”* i wyrażenie*„être en train de + bezokolicznik*  Czas przyszły *Futur,* znaczniki czasowe „*Si...+ futur”,* przymiotniki i ich miejsce w zdaniu  **III SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  L'anniversaire et autres festivités (urodziny oraz inne imprezy)  Lesavoir-vivre et la politesse (zasady dobrego wychowania)  Les méls de la vie quotidienne (korespondencja mailowa)  Le théâtre àla française avec Molière (teatr po francusku, Molier)  Facebook: la vie privée (Facebook i jego wpływ na prywatne życie)  **Zakres gramatyczny**  Czasowniki modalne „*vouloir, pouvoir* i *devoir”,* tryb warunkowy, formy grzecznościowe  Formy pytań, wyrazy pytające, rodzaj nazw krajów,  Czas czasownika „*synthèse”,* przyimki lokalizacyjne przed nazwami krajów i miast „*à*/*en”*  Czasy przeszłe*,*  Czas *Plus-que-parfait,* odmiana imiesłowu czasu przeszłego z czasownikiem *„avoir”,* zaimki osobowe w dopełnieniu bliższym  **IV SEMESTR**  **Zakres leksykalny**  Les voyages et les vacances (podroże i wakacje)  Le caractère de l'homme (charakter człowieka)  Sauvons la planète (ochrona przyrody)  La télévision (telewizja)  La voiture en ville (problemy komunikacyjne w mieście)  **Zakres gramatyczny**  Zdanie hipotetyczne, tryb warunkowy, zaimki oraz rodzajniki wyrażające usytuowanie „*Si...+ Imparfait”*  Czas warunkowy przeszły *Conditionnel passé*,  Przysłówki z końcówką „-*ment”,*  Czasownik „*Espérer que + futur simple* (czas przyszły prosty)  Wyrazy czasowe i logiczne, czas *Subjonctif Présent,*  Czasowniki wyrażające opinie: „*je pense que…, je crois que...”*  ===============================================  **JĘZYK ROSYSKI**  **I semestr**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**   1. Rodzina (elementy biografii, zainteresowa­nia, drzewo genealogiczne rodziny) 2. Wakacje, czas wolny 3. Kraje i narody Europy 4. Studia, uczelnia (władze, kierunki, przedmioty, harmonogram zajęć) 5. Praca (zawody, zainteresowania, plan dnia) 6. Komunikacja (droga do pracy, na uczelnię, komunikacja miejska, międzynarodowa) 7. Zainteresowania, czas wolny 8. Dom, mieszkanie (położenie, rozkład pomieszczeń, umeblowanie) 9. Wygląd zewnętrzny, charakter człowieka 10. Moskwa i jej zabytki 11. Malarstwo rosyjskie 12. Moje miasto 13. Święta w Polsce i Rosji   **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: изучать, учиться, учить, посещать, снять  Stopień wyższy przymiotnika  Stopień wyższy przysłówka  Czas przeszły czasowników z sufiksem ну-  Pisownia przedrostka пол-  Połączenie liczebników z rzeczownikiem градус  Konstrukcje służące do porównywania: гораздо холоднее…  Fonetyka: intonacja służąca do wyrażania emocji (ИК-5)  Czasowniki dokonane i niedokonane  Zdania podrzędnie złożone z потому что, поэтому  Zwroty umożliwiające wyrażanie opinii  **II SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**   1. Życie towarzyskie, czas wolny 2. Żywienie, artykuły spożywcze 3. Posiłki, lokale gastronomiczne 4. Kuchnia rosyjska, przepisy 5. Moda, zakupy 6. Zdrowy styl życia, zdrowe odżywianie 7. Święta w Polsce i Rosji, Wielkanoc 8. Sport, dyscypliny sportowe 9. Wybitni sportowcy, idole 10. Elementy wiedzy o Rosji. Sankt Petersburg 11. Aleksander Puszkin – życie i twórczość   **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: одеваться, одевать, надеть  Zwroty: следить за собой, одеваться со вкусом  Konstrukcja typu: мне есть что рассказать  Konstrukcje: ходить по магазинам, зайти в магазин  Pytania w mowie zależnej  Niektóre rzeczowniki pluralia tantum: брюки, духи, макароны  Rzeczownik o odmiennym rodzaju gramatycznym niż w języku polskim: браслет  Tryb rozkazujący  Krótka i dłuższa forma przymiotników  czasownik играть z przyimkiem в, на  Konstrukcja: rzeczowniki typu чемпионат, соревнования …  Zdania z orzeczeniem imiennym z zaimkami это, от, всё  Zdania przyczynowe z przyimkami благодаря, из-за  **III SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**   1. Podróże 2. W szpitalu,podstawowe choroby, objawy i leczenie 3. Zagrożenia współczesnej młodzieży 4. Wybitni przedstawiciele literatury rosyjskiej 5. Mój bohater 6. Święta rodzinne w Polsce i Rosji 7. Teatr, kino, telewizja, prasa 8. Anton Czechow – życie i twórczość   **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki: заниматься, жаловаться  Nazwy wybranych zawodów mających tylko formę rodzaju męskiego: курьер, посол, судья  Nazwy wybranych specjalizacji lekarskich  Rzeczowniki mające inny rodzaj w języku polskim i rosyjskim, np. тренировка, диагноз, рецепт  Przymiotniki twardo- i miękkotematowe  Liczebniki  Czasowniki увлекаться, нравиться...  Stopniowanie przymiotników  **IV SEMESTR**  **ZAGADNIENIA LEKSYKALNE**   1. W poszukiwaniu pracy 2. Plany na przyszłość 3. W biurze podróży 4. Ochrona przyrody, zagrożenia cywilizacyjne 5. Komputer. Pomaga czy szkodzi? 6. Pamiątki z Rosji 7. Wybitni przedstawiciele świata muzycznego 8. Fiodor Dostojewski   **ZAGADNIENIA GRAMATYCZNE**  Czasowniki забронировать, снять, заказать...  Zaimki względne  Formy biernika liczby mnogiej rzeczowników żywotnych i nieżywotnych,  Przyimki через, за, с, до... stosowane w konstrukcjach czasowych.  Słowa, wyrażenia i konstrukcje gramatyczne dotyczące ochrony środowiska  Czasownik успеть + bezokolicznik czasowników dokonanych  Zwrot: не опоздать бы мне...  Określenia czasu, odległości, miary w przybliżeniu | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | metody podające: opis, prelekcja, prezentacja, objaśnienie, metody aktywizujące: dyskusja, film, inscenizacja, gry dydaktyczne, metoda sytuacyjna, metody praktyczne: ćwiczenia, metoda projektów, symulacja | | | |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie poszczególnych treści na ćwiczeniach w formie testów, zaliczeń ustnych, prezentacji i prac pisemnych. Wymagana jest ocena pozytywna z każdej ocenianej aktywności.  Zaliczenie poprawkowe powinno być dokonane do końca każdego semestru. | | | |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Uczestnictwo studenta w zajęciach jest obowiązkowe. | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | | **Rodzaj zajęć** | **Liczba godzin** | **Waga** | **Ocena** | **Wynik** | | ćw. I sem. | 30 | 1 (100%) | 4,0 | 4,0 | | ćw.  II sem. | 30 | 1 (100%) | 5,0 | 5,0 | | ćw.  III sem. | 30 | 1 (100%) | 3,5 | 3,5 | | ćw.  IV sem. egzamin | 30 | 1 (100%)  **0,4 (zaliczenie)**  **0,6 (egzamin)** | 4,0 | 4.0  **1,6 + 2,4 = 4,0** | | | | |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany podczas jego nieobecności. Może również odrobić zajęcia w grupie realizującej ten sam materiał, jeśli istnieje taka grupa i prowadzący wyrazi na to zgodę. | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Znajomość języka obcego na poziomie średniozaawansowanym lub zaawansowanym | | | |
| **Zalecana literatura:** | **Język angielski**  Latham-Koenig Ch., Oxenden C., Chomacki K., *English File Fourth Edition* Upper-intermediate lub intermediate, Oxford University Press 2020  **Język niemiecki:**  S.Mróz-Dwornikowska, K. Szachowska, Welttour 1, Welttour 2 oraz Welttour 3, Nowa Era 2015  M.Gurgul , A.Jarosz , J. Jarosz *Deutsch für Profis,*Lektorklett 2013  **Język francuski**  A. Paciej-Motyl , M.Szozda *Version originale 2 i Version Originale 3*, Lektorklett 2012  **Język rosyjski**  Pado A. *Start.ru 2, język dla średnio zaawansowanych*. Wydanie II, WSiP, 2008  **Język angielski:**  Christina Latham Koenig, Clive Oxenden, Kate Chomacki, English File. Fourth Edition. Upper-Intermediate Workbook, Oxford University Press, 2020.  Murphy Raymond, English Grammar in Use, Third Edition, Cambridge University Press, 2015.  **Język niemiecki:**  [Nicoletta Grandi](http://ksiegarnia.poltax.waw.pl/autor_products.php/id_autor/5701), Ulrike Cohen, *Herzlich willkommen A2 (Lehr-und Arbeitsbuch),* *Deutsch für dich* 1 i 2, 2014  **Język francuski**  C.Baylon, J.Murillo, *Forum 1 i Forum 2*, Hachette  [M. Supryn-Klepcarz](https://ksiegarnia.pwn.pl/autor/Magdalena-Supryn-Klepcarz,a,74661411), [R. Boutegege](https://ksiegarnia.pwn.pl/autor/Regine-Boutegege,a,74661410), *Francofolie express 2 Francofolie express 3,* Wydawnictwo Szkolne PWN, 2012  **Język rosyjski**  Ślusarski Sz. Tiereszczenko I. *Pусский язык. Repetytorium tematyczno-leksykalne*, Poznań 2001  Materiały własne (prezentacje, scenariusze zajęć, foldery o tematyce społecznej, gospodarczej, turystycznej); inne internetowe źródła tematyczne | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wychowanie fizyczne A2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Physical education |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 0 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1, 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podniesienie lub utrzymanie możliwie wysokiego poziomu wydolności fizycznej, sprawności motorycznej, koordynacji ruchowej. Przygotowanie studenta do czynnego uczestnictwa w kulturze fizycznej poprzez popularyzowanie i trwałe zainteresowanie aktywnymi sposobami wykorzystania czasu wolnego. Ukształtowanie pożądanych postaw osobowościowych niezbędnych do prowadzenia zdrowego stylu życia. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćw. warsztatowe 60 godz.(sem.1 i sem.2) | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu- | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Efekt kierunkowy | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| A2\_W01 | zna zasady bezpiecznego korzystania z obiektów sportowych i sprzętu sportowego | | MI\_W06 | Ćwiczenia | | Frekwencja i aktywność na zajęciach | |
| A2\_W02 | zna zasady przygotowania organizmu do wysiłku fizycznego | | MI\_W07 |
| A2\_W03 | zna znaczenie higieny osobistej po zajęciach sportowych | | MI\_W06 |
| A2\_U01 | posiada umiejętność kształtowani postaw sprzyjających aktywności fizycznej na całe życie | | MI\_U08 |
| A2\_K01 | dostrzega potrzebę ciągłej aktywności ruchowej przez całe życie | | MI\_K04 |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 0 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | 30 + 30  **w sumie:**  ECTS | | | 60  60  0 | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | 0  0  0 | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **0**  **w sumie:**  ECTS | | | 0  0  0 | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | W ramach zajęć wychowania fizycznego studenci mają do wyboru formę zajęć spośród oferty: pływania, aerobiku, tenisa stołowego, badmintona, kulturystyki, tańców, zespołowych gier sportowych (piłka siatkowa, koszykowa, nożna halowa, unihokej) oraz łyżwiarstwa i turystyki pieszej, rowerowej form obozów letnich – wodnych i obozów zimowych narciarskich, a dla osób czasowo lub stale niezdolnych do wyżej wymienionych zajęć organizowane są zajęcia korekcyjno-wyrównawcze i inne formy dostosowane do studenta.  Studenci bez przeciwskazań zdrowotnych biorą udział w badaniach wydolnościowych (bip test) wraz z pomiarem tętna na sportesterze i pomiar składu masy ciała (waga) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Ćwiczenia praktyczne. |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Aktywny udział studenta w zajęciach. Podstawą zaliczenia jest frekwencja na zajęciach |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obowiązek aktywnego uczestnictwa studenta we wszystkich formach zajęć |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 100 % frekwencja lub jedna nieobecność w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 5.0  Dwie nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 4.0  Trzy nieobecności w semestrze i aktywny udział, udział w badaniach - 3.0  Cztery i więcej nieobecności w semestrze - brak zaliczenia 2.0 |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Student ma możliwość odrobienia zajęć na innych formach według harmonogramu zajęć wychowania fizycznego |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Stan zdrowia umożliwiający udział w wybranej formie zajęć |
| **Zalecana literatura:** | - |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Ergonomia i BHP A3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Ergonomics and OHS |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | język polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Problematyka ergonomicznej i bezpiecznej pracy. Ocena ryzyka zawodowego, Przepisy prawne dotyczące BHP. Zarządzanie BHP. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | wykład – 15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| A3\_W01 | definiuje główne pojęcia dotyczące ergonomii i bezpieczeństwa pracy | | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| A3\_W02 | omawia podstawowe cechy materialnego środowiska pracy | | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| A3\_W03 | potrafi ocenić stanowisko pracy pod względem obowiązujących przepisów prawnych w zakresie BHP | | | MI\_W04 | wykład | | kolokwium | |
| A3\_U01 | dokonuje oceny ryzyka zawodowego wybranego zawodu | | | MI\_U01 | wykład | | kolokwium | |
| A3\_K01 | rozumienia ważność pozatechnicznych aspektów i skutków działalności zawodowej i odpowiedzialności za podejmowane decyzje | | | MI\_K01 | wykład | | dyskusja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **1** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | wykonanie oceny ryzyka zawodowego  przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | praca praktyczna samodzielna  **w sumie:**  ECTS | | | 5  **5**  **0,2** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Wykłady:**  Ergonomia – definicja, przedmiot ergonomii, rodzaje, zastosowanie. Wybrane czynniki ergonomiczne w kształtowaniu środowiska pracy. Badania ergonomiczne. Ocena ryzyka zawodowego. Elementy bezpieczeństwa i ochrony pracy. Obciążenia człowieka pracą. Materialne warunki pracy. Wypadki przy pracy. Prawne aspekty ochrony i bezpieczeństwa pracy. Zarządzanie bezpieczeństwem i higieną pracy. Ergonomia i BHP w zawodzie inżyniera środowiska. | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład, dyskusja, studium przypadku. | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie wykładów w formie kolokwium; zaliczenie poprawkowe – kolokwium w wyznaczonym terminie, brak egzaminu z przedmiotu | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Udział w zajęciach zgodnie z Regulaminem studiów. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena końcowa przedmiotu to ocena z kolokwium zaliczeniowego, biorąc pod uwagę aktywność i obecność na zajęciach.  Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny jest odbycie szkolenia wstępnego BHP w ramach Dni Adaptacyjnych przed rozpoczęciem I roku studiów. | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Przygotowanie notatki (0,5 strony A4) z wykładu. | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Odbyte 4 h szkolenia wstępnego BHP, realizowanego podczas Dni Adaptacyjnych (poza godzinami wynikającymi z planu studiów).  Ogólna znajomość stanowiskowych instrukcji roboczych z zakresu realizowanych zajęć laboratoryjnych w trakcie studiów. | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. E. Kowal, *Ekonomiczno-społeczne aspekty ergonomii,* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2002 2. A. Białas, *Bezpieczeństwo informacji i usług w nowoczesnej instytucji i firmie.* Wydawnictwo PWN, Warszawa 2017 3. B. Rączkowski, *BHP w praktyce*, Wyd. ODDK, Gdańsk 2022 4. Kodeks pracy i inne akty prawne aktualne. 5. Strony internetowe instytucji związanych z BHP 6. Publikacje związane z ergonomią i BHP na różnych stanowiskach pracy, głównie dot. Stanowisk instalatorskich – drukowane i on-line. | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod (wg planu studiów):** | Wprowadzenie do studiowania i ochrona własności przemysłowej A4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to the study and protection of industrial property |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | język polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Omówienie funkcjonowania Uczelni. Charakterystyka kierunku studiów. Zasady organizacji warsztatu własnej pracy przez studenta. Podstawowe akty prawne regulujące prawo własności intelektualnej. Definicje związane z ochroną własności przemysłowej i prawa autorskiego i pokrewnego. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | stacjonarne: wykład – 15 h | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| A4\_W01 | prawa i obowiązki studenta, system i kierunki studiów w Polsce, strukturę uczelni i charakterystyką kierunku | | | MI\_W02 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_W02 | podstawowe akty prawne i definicje związane z prawem własności przemysłowej i prawa autorskiego | | | MI\_W04 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_W03 | podstawowe wymagania stawiane zgłoszeniom patentowym i znakom towarowym | | | MI\_W06 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_U01 | swobodnie poruszać się w nowym środowisku oraz efektywnie wykorzystać czas przeznaczonego na naukę | | | MI\_U03 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_U02 | korzystać z informacji patentowej | | | MI\_U08 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_U03 | interpretować zapisy zgłoszeń patentowych | | | MI\_U03 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| A4\_K01 | krytycznej oceny nabywanej przez siebie wiedzy | | | MI\_K02 | wykład | obecność i aktywność na zajęciach | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | | 15  **15**  **0,6** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | zapoznanie z regulaminem studiów  omówienie dokumentów niezbędnych do zgłoszenia patentowego  **w sumie:**  ECTS | | | | | 5  5  **10**  **0,4** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | -  **w sumie:**  ECTS | | | | | -  - | -  - |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | **Wykłady:**  Pedagogika studiowania (3 h st.) - system studiów wyższych w Polsce, uczelnia i studiowanie, istota studiów.Charakterystyka Uczelni, statut Uczelni. Proces uczenia się i studiowania. Motywy uczenia się i studiowania.  Charakterystyka kierunku – podstawowe informacje (3 h)– kierownik Zakładu, w którym prowadzony jest kierunek. Przedstawienie regulaminu studiów. Program studiów na kierunku. Charakterystyka uczenia poprzez e-learning. Kompetencje osiągnięte po ukończeniu kierunku studiów. Sylwetka absolwenta.  Formy opieki studentów (3 h) – opiekun roku. Przedstawienie systemu stypendialnego. Sztuka skutecznego uczenia się. Zasady efektywnego notowania. Trudności w studiowaniu i rozwiązywanie problemów. Koła zainteresowań i inne formy działalności, poza dydaktyką.  Przedsiębiorczość (2 h st.) – wykład prezydenta miasta Krosna.  Ochrona własności przemysłowej (4 h) – Podstawowe pojęcia z zakresu prawa własności przemysłowej, oraz praw autorskich i pokrewnych. Regulacje prawnoautorskie związane z pisaniem prac dyplomowych. Prawo patentowe, wzory przemysłowe, wzory użytkowe, znaki towarowe, oznaczenia geograficzne, topografie układów scalonych środki ich ochrony, procedury rejestracyjne. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Wykład, dyskusja. | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Aktywność na zajęciach | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena końcowa przedmiotu wystawiona na podstawie obecności i aktywności na zajęciach | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | - | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Regulamin studiów w Karpackiej Państwowej Uczelni wKrośnie  Statut Uczelni  Program studiów dla kierunku  [www.kwalifikacje.edu.pl](http://www.kwalifikacje.edu.pl)  1.J. Sieńczyło- Chlabicz, M. Nowikowska, M. Rutkowska- Sowa (red.), Prawo własności intelektualnej, (Wolters Kluwer), Warszawa, 2018.  2.J. Barta, R. Markiewicz (red.), Prawa autorskie i prawa pokrewne, (Wolters Kluwer), Warszawa, 2021.  3.Ustawa z 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, (Dz.U. z 1994 ,nr 24 poz. 83 z późn. zm.)  4.Ustawa z 30.06.2000 r. prawo własności przemysłowej (Dz. U. z 2001, Nr 49, poz.508 z późn. zm.) | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Technologia informacyjna z Cloud Computing A5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information Technology from Cloud Computing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | Studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | Stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Przedstawienie podstawowej wiedzy dotyczącej infrastruktury chmur oraz aplikacji i usług w chmurach.  Wykształcenie u studentów umiejętności sprawnego poruszania się w chmurze Office365/Google (gmail) oraz w środowisku programów, które w późniejszych semestrach będą wykorzystywane w toku studiów oraz w pracy zawodowej. Nauczenie studentów bezpiecznego korzystania z sieci Internet. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | Ćwiczenia projektowe  30 godz. – studia stacjonarne | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| A5\_W01 | Student zna podstawowe definicje, programy związane z technologią informacyjną i „chmurą obliczeniową”. | | | MI\_W05 | Ćwiczenia | Kolokwium zaliczeniowe – test,  Wykonanie zadań praktycznych z wykorzystaniem programów Ms Officce365 | |
| A5\_W02 | Zna środowisko Windows, Ms Office365, podstawowe platformy do komunikacji zdalnej. Wie jak w bezpieczny sposób korzystać z zasobów Internetu. | | | MI\_W04 | Ćwiczenia | Kolokwium zaliczeniowe – test,  Wykonanie zadań praktycznych z wykorzystaniem programów Ms Officce365 | |
| A5\_U1 | Student posiada umiejętność tworzenia i formatowania dokumentów tekstowych, wykorzystania arkusza kalkulacyjnego, tworzenia, obsługi i korzystania z prezentacji multimedialnych. | | | MI\_U02  MI\_U03 | Ćwiczenia | Zaliczenie poszczególnych części programowych – kolokwium pisemne | |
| A5\_U2 | Potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować informacje z wykorzystaniem tradycyjnych i nowoczesnych źródeł wiedzy korzystając z nowych technologii z zachowaniem zasad bezpieczeństwa. | | | MI\_U01 | Ćwiczenia | Zaliczenie poszczególnych części programowych – kolokwium pisemne | |
| A5\_U3 | Student posiada umiejętność opracowania i prezentowania wyników własnych działań związanych ze studiowanym kierunkiem poprzez dobór odpowiednich narzędzi informatycznych. | | | MI\_U02  MI\_U03 | Ćwiczenia | Zaliczenie poszczególnych części programowych – kolokwium pisemne | |
| A5\_K01 | Student rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, zwłaszcza stałego rozwijania wiedzy i podnoszenia kompetencji zawodowych i osobistych. | | | MI\_K01 | Ćwiczenia | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych ćwiczeniach oraz obecności na zajęciach | |
| A5\_K02 | Student ma świadomość społeczną ukierunkowaną na odpowiedzialne i celowe wykorzystywanie sprzętu i oprogramowania komputerowego pochodzącego z legalnych źródeł | | | MI\_K04 | Ćwiczenia | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych ćwiczeniach oraz obecności na zajęciach. | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 2 | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do ćwiczeń proektowych  Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Praca na platformie e-learningowej  Praca w Office365  **w sumie:**  ECTS | | | 2  3  5  10  **20**  **0,8** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Udział w ćwiczeniach projektowych  Praca na platformie e-learningowej  Praca w Office365  **w sumie:**  ECTS | | | 30  5  10  45  **1,8** |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**   1. Użytkowanie komputerów – podstawowe funkcje systemu operacyjnego. Najważniejsze parametry konfiguracyjne. Typy plików, praca z plikami i folderami. 2. Korzystanie z platformy Moodle oraz aplikacji służących do organizacji spotkań zdalnych (ZOOM, Ms Teams) oraz chmury Office365. Praca zespołowa. Udostępnianie dokumentów, nadawanie uprawnień do podglądu i/lub edycji w celu umożliwienia pracy zespołowej – jednoczesna edycja dokumentu przez wszystkich członków zespołu. Automatyczne powiadamianie o zmianach. Historia zmian dokumentu. 3. Praca w „chmurze obliczeniowej” z wykorzystaniem edytora tekstowego, arkusza kalkulacyjnego, edytorów: prezentacji i grafiki. Formaty zapisu dokumentów. Bezpieczeństwo i poufność danych. 4. Przetwarzanie tekstu – zasady tworzenia i redagowania dokumentów. Zapisywanie i odczytywanie dokumentów w chmurze. Organizacja widoku strony. Redagowanie podstawowych dokumentów urzędowych. Tabele. Warstwa graficzna edytora. Mechanizmy usprawniające redagowanie dokumentów tekstowych potrzebnych przy pisaniu i formatowaniu dokumentów, np. prac zaliczeniowych i pracy dyplomowej. 5. Funkcje arkuszy kalkulacyjnych dostępnych on-line. Wybrane funkcje przetwarzania danych. Organizacja skoroszytów i arkuszy. Komórki i ich formatowanie. Typy danych. Adresowanie komórek i bloków. Graficzna prezentacja wyników obliczeń – tworzenie i edycja wykresów. Praktyczne zastosowanie arkusza do wykonywania obliczeń. 6. Tworzenie grafiki prezentacyjnej – tworzenie nowej prezentacji, wstawianie do prezentacji obiektów w tym wykresów, ustawianie animacji dla slajdów. Projektowanie slajdów. Tworzenie przycisków sterujących. Przegląd i zasady stosowania efektów multimedialnych. Wykonanie prezentacji w Power Point na wybrany temat. Posługiwanie się siecią dla zbierania materiałów na zadany temat. 7. Informacja i komunikacja – komunikacja w lokalnej sieci komputerowej. Funkcje przeglądarek internetowych. Metody i sposoby korzystania z serwisów WWW, zasady wyszukiwani informacji w Internecie, zapisy wyszukanych informacji. Zasady bezpiecznej pracy w Internecie. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Ćwiczenia praktyczne | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie ćwiczeń na podstawie praktycznego kolokwium z poszczególnych bloków tematycznych (test wiedzy, Word, Excel, Power point). Minimalna liczba punktów potrzebna na jego zaliczenie wynosi 55%.  Zaliczenie poprawkowe powinno być dokonane do końca semestru, w którym realizowany jest przedmiot na podstawie kolokwium poprawkowego. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Udział w zajęciach obowiązkowy | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena końcowa z przedmiotu jest średnią ważoną ocen cząstkowych z kolokwium, z poszczególnych bloków tematycznych. Oceny z poszczególnych bloków ćwiczeń muszą być ocenami pozytywnymi.  Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest:   * aktywne uczestnictwo oraz obecność studentów na ćwiczeniach– **5%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena końcowa z prezentacji multimedialnej – **20%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z praktycznego kolokwium z zakresu programu Ms Word **– 25%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z praktycznego kolokwium z zakresu programu Ms Excel – **25%** końcowej oceny z ćwiczeń * pozytywna ocena z kolokwium w formie testu sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury – **25%** końcowej oceny z ćwiczeń | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. Po jego przygotowaniu student zobowiązany jest do oddania go do sprawdzenia osobie prowadzącej ćwiczenia (wysłanie na adres e-mail lub przez platformę e-learning) | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Student ma podstawową wiedzę z zakresu szkoły średniej z przedmiotu Technologie informacyjne (potrafi posługiwać się pakietem Office – Word, Excel, Power Point, wybrana przeglądarka Internetowa). | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Rosenberg J., Mateos A., Chmura obliczeniowa. Rozwiązania dla biznesu. Wyd. Helion, Katowice 2011 2. Żarowska-Mazur A., Węglarz W., Word 2010: praktyczny kurs, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012 3. Żarowska-Mazur A., Węglarz W., Excel 2010: praktyczny kurs, Wyd. Naukowe PWN, Warszawa 2012 4. Frye C., Microsoft Excel 2010: wersja polska, Wydawnictwo RM, Warszawa 2012 5. Wróblewski P., ABC komputer: wydanie 8.1, Wyd. „Helion”, Gliwice 2014 6. Sikorski W. Podstawy technik informatycznych. Seria ECDL. Wyd. Mikom, Warszawa, 2006. 7. Nowakowska H. Użytkowanie komputerów. Seria ECDL. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2011. 8. Kopertowska-Tomczak M. Przetwarzanie tekstów. Seria ECDL. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2009. 9. Kopertowska-Tomczak M. Arkusze kalkulacyjne. Seria ECDL. Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa, 2009. | | | | | |

# B. Grupa przedmiotów podstawowych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy ekonomii biznesu B1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Basics of business economics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Zdobycie wiedzy z zakresu ekonomii oraz wykształcenie u studentów umiejętności sprawnego posługiwania się miernikami społeczno-ekonomicznymi w podejmowaniu decyzji w skali makro i mikroekonomicznej. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | stacjonarne – wykład 30 h, ćwiczenia audytoryjne 30 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B1\_W01 | zna podstawowe pojęcia gospodarcze, kategorie, prawa i modele, związane z przedmiotem zainteresowania mikroekonomii | | | | MI\_W03 | wykład | | egzamin | |
| B1\_W02 | charakteryzuje strukturę przedmiotową i podmiotową rynku | | | | MI\_W07 | wykład/ ćwiczenia | | egzamin | |
| B1\_W03 | rozumie zachowania organizacji na rynku oraz zna uwarunkowania i zależności ekonomiczne w gospodarce rynkowej | | | | MI\_W06 | wykład/ ćwiczenia | | egzamin | |
| B1\_U01 | student potrafi identyfikować i objaśniać pojęcia gospodarcze, związane z przedmiotem zainteresowania mikroekonomii | | | | MI\_U03 | ćwiczenia | | Kolokwium z części ćwiczeniowej | |
| B1\_U02 | potrafi klasyfikować elementy rynku oraz objaśnia i analizuje mechanizmy jego działania | | | | MI\_U04 | ćwiczenia | | Kolokwium z części ćwiczeniowej | |
| B1\_U03 | potrafi analizować czynniki wpływające na optymalny wybór konsumenta oraz analizuje decyzje producenta | | | | MI\_U02 | ćwiczenia | | Kolokwium z części ćwiczeniowej | |
| B1\_K01 | jest gotów do zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu | | | | MI\_K01 | ćwiczenia | | Obserwacja | |
| B1\_K02 | jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy | | | | MI\_K03 | ćwiczenia | | Obserwacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 5 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30  **60**  **2,4** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | przygotowanie ogólne  przygotowanie do ćwiczeń  rozwiązywanie zadań  praca w bibliotece  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  25  10  **65**  **2,6** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | przygotowanie do ćwiczeń  Rozwiązywanie zadań  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  25  **45**  **1,8** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Wykłady:**  Wprowadzenie do ekonomii i gospodarki. Podstawowe kategorie ekonomiczne.  Mikroanaliza rynku – popyt, podaż, cena, rynek; reakcje popytu na zmianę cen i dochodów. Teoria wyboru konsumenta, decyzje produkcyjne przedsiębiorstw.  Teoria producenta – koszty i utargi przedsiębiorstwa. Funkcjonowanie przedsiębiorstw w warunkach różnych struktur rynkowych. Wprowadzenie do makroekonomii. Model ruchu okrężnego w gospodarce. Czynniki wzrostu gospodarczego. Rachunek dochodu narodowego oraz produkt krajowy brutto.  Rynek finansowych – pieniądz i współczesny system bankowy. Bezrobocie. Inflacja.  **Ćwiczenia:**  Narzędzia analizy ekonomicznej (przykłady i zadania). Elementy rynku oraz mechanizmy jego działania (przykłady i zadania). Teoria wyboru konsumenta (przykłady i zadania). Teoria podaży – decyzje produkcyjne w przedsiębiorstwie (przykłady i zadania). Formy organizacji rynku – konkurencja doskonała, monopol, konkurencja monopolistyczna, oligopol (przykłady i zadania). Rynki czynników produkcji, ekonomiczne przyczyny zróżnicowania dochodów, krańcowa produktywność czynników produkcji. | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | wykład multimedialny, metoda studium przypadków,  ćwiczenia audytoryjne | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Egzamin pisemny, kolokwia pisemne, rozwiązywanie zadań | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, wykładów oraz ćwiczeń. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena końcowa:  kolokwium pisemne z ćwiczeń 50%,  kolokwium pisemne z egzaminu 50% | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalane indywidualnie | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Podstawy przedsiębiorczości na poziomie szkoły ponadpodstawowej. | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Begg D., Fischer S. Dornbusch R. Mikroekonomia, Wydawnictwo PWE, 2014. 2. Smith P., Begg D. Ekonomia – zbiór zadań, Wydawnictwo PWE, 2001. 3. Ślusarczyk B. Podstawy mikro i makroekonomii, Wydawnictwo Politechniki Lubelskiej, 2011. 4. Marciniak S. (red.) Makro- i mikroekonomia. Podstawowe problemy, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2015. | | | | | | | |

**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy fotografii i filmu B2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Elements of photography and film |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Zdobycie wiedzy i nabycie praktycznych umiejętności podstaw fotografowania i filmowania. Korzystania z medium fotograficznego w celu rozwijania swojego warsztatu praktycznego, jak i świadomego obrazowania za pomocą narzędzia jakim jest aparat fotograficzny oraz kamera. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | stacjonarne – 15h warsztatów | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B2\_W01 | Student ma podstawową wiedzę z zakresu fotografii oraz podstaw fotografii i filmu | | | | MI\_W03 | warsztat | | Zadanie warsztatowe | |
| B2\_U01 | Student potrafi posługiwać się aparatem fotograficznym oraz uzyskiwać konkretne obrazy fotograficzne dzięki świadomemu korzystaniu z urządzeń fotograficznych, zaplecza technicznego | | | | MI\_U03 | warsztat | | Zadanie warsztatowe | |
| B2\_U02 | Student potrafi posługiwać się kamerą oraz uzyskiwać konkretne krótkie filmy dzięki świadomemu korzystaniu z zaplecza technicznego | | | | MI\_U04 | warsztat | | Zadanie warsztatowe | |
| B2\_K01 | Student ma świadomość obrazu fotograficznego dzięki czemu może się dzielić nią z innymi i uświadamiać inne grupy społeczne. Asertywnie podchodzi do wizji i zadań stawianych przed nim. Staje się pośrednio animatorem i propagatorem sztuki fotograficznej. | | | | MI\_K01 | warsztat | | Obserwacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 2 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | przygotowanie ogólne  przygotowanie do warsztatów  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  25  **35**  **1,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia warsztatowe  przygotowanie do ćwiczeń  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  25  **40**  **1,6** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**  Fotografia i film – rodzaje i techniki zapisu obrazu fotograficznego i filmowego  2.  Naświetlenie ujęcia – elementy ekspozycji  3.  Obiektyw okiem aparatu – ogniskowa w filmie i fotografii  4.  Kadr i plan filmowy  5.  Portret – człowiek w kadrze  6.  Światło w realizacji obrazu fotograficznego i filmowego  7.  Adobe Photoshop – podstawowe parametry obróbki fotografii  8.  Adobe Premiere Pro – podstawy montażu ujęć filmowych | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Ćwiczenia warsztatowe | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zadania warsztatowe, Wykonanie ćwiczeń praktycznych na zadany temat w trakcie zajęć oraz zadań poza uczelnią z możliwością własnej interpretacji. | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zadań warsztatowych. Obecność obowiązkowa | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocena końcowa: ocena z ćwiczeń warsztatowych z wykonywania zadań warsztatowych | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalane indywidualnie | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Alisa Mcwhinnie – Fotografia Podręcznik. Wyd. Arkady. 2004. 2. Roland Barthes – Światło Obrazu. Wyd. Aletheia, 2011. 3. Paweł Wójcik – Kompozycja Obrazu Fotograficznego. Wydawnictwo: Agencja Wydawnicza Alter. 2007. 4. Michael Freeman – Okiem Fotografa. Wyd. Słowne, 2008. | | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Opracowanie tekstu użytkowego B3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Development of a utility text |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1, 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Wykształcenie podstawowych umiejętności opracowania różnorodnych tekstów użytkowych, redagowania i tworzenia prostych tekstów o charakterze praktycznym przydatnych w przyszłej pracy zawodowej | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | • ćwiczenia audytoryjne 30 godz. Semestr 1 i 30 godz. Semestr 2 | | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| B3\_W01 | posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu językoznawstwa i stylistyki, którą potrafi zastosować przy tworzeniu wybranych gatunków użytkowych | | | MI\_K01 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B3\_W02 | W stopniu zaawansowanym zasady komunikacji językowej (społecznej, biznesowej i interpersonalnej), rozumie potrzeby odbiorców kultury i zna ich style poznawcze,  Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych | | | MI\_W04  MI\_W06 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B3\_U01 | student potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje, poddać analizie materiał językowy, a także poddać krytycznej analizie teksty dostępne w przestrzeni publicznej, | | | MI\_U01 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B3\_U02 | tworzyć teksty użytkowe i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych technologii | | | MI\_U03 | ćwiczenia | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| B3\_K01 | obiektywnie i krytycznie oceniać efekty pracy własnej i innych, współpracuje z członkami zespołu | | | MI\_K01 | ćwiczenia | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| B3\_K02 | jest odpowiedzialny za słowo i za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działa, mając na celu dobro wspólne | | | MI\_K02 | ćwiczenia | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne sem.1  Ćwiczenia audytoryjne sem.2    **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30    **60**  **2,4** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40    **40**  **1,6** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40    **40**  **1,6** | | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Tworzenie i opracowanie oraz przygotowanie do edycji tekstów użytkowych (ogłoszenie, życzenia, życiorys, artykuł, wpis na blog)  Charakterystyka tekstów publikowanych w internecie: opracowanie leadu, tytułu, śródtytuły, punktatory.  Omówienie konwencji komunikacyjnych - tworzenie persony, mapy empatii, język korzyści, elementy perswazyjne.  Redagowanie i modyfikacja tekstu z wykorzystaniem szablonów graficznych – Canva, pakiet Office | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Prace zaliczeniowe – średnia ocen – 50%  Kolokwium zaliczeniowe – 50% | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008 2. J. Maćkiewicz, Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010. 3. J. Wrycza-Bekir, Magia słów – jak pisać teksty, które porwą tłumy, Gliwice 2018. 4. Ewa Szczepaniak, Sztuka projektowania tekstów, Gliwice 2019. 5. D. Puzyrkiewicz, Biblia copywritingu, Gliwice 2019. 6. J. Bakalarska-Stankiewicz, Język korzyści w praktyce, Warszawa 2022 | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Kultura i norma języka polskiego B4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Culture and norm of the Polish language |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Przedmiot zajmuje się kształceniem kompetencji językowo-komunikacyjnej w zakresie kultury języka i etyki słowa. Służy utrwalaniu nawyków estetycznego, poprawnego i funkcjonalnego budowania wypowiedzi w mowie i w piśmie. Uczy unikania językowych błędów i rozumnej troski o język polski. Szczególny nacisk kładzie na problemy związane z funkcjonowaniem języka w przestrzeni publicznej i internetowej. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład 15 godz. Semestr 2 i 15godz. semestr 3  Ćwiczenia audytoryjne 15 godz. 2 i 15godz. semestr 3 | | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| B4\_W01 | Ma uporządkowaną, przydatną zawodowo wiedzę z zakresu językoznawstwa, szczególnie podstaw gramatyki opisowej i lingwistyki normatywnej, pozwalającą na samodzielną ocenę współczesnych zjawisk językowych, ze szczególnym uwzględnieniem kompetencji komunikacyjnej, reguł językowej poprawności i etykiety językowej oraz znajomości dyskursu publicznego. | | | MI\_W01  MI\_W05 | Wykład ćwiczenia | | Kolokwium semestralne pisemne  Egzamin końcowy  Ćwiczenia sprawdzające | | |
| B4\_W02 | Zna podstawową terminologię używaną w badaniach językoznawczych oraz w sferze zjawisk kulturowych, umie w sposób przystępny wyjaśniać przyczyny potknięć językowych. | | | MI\_W01  MI\_W02  MI\_W05 | Wykład  ćwiczenia praktyczne | | Kolokwium semestralne pisemne  Egzamin końcowy  Ćwiczenia sprawdzające | | |
| B4\_W03 | Ma podstawową wiedzę o roli normy językowej w kształtowaniu stylów komunikowania i przypisanych im gatunków tekstu (wypowiedzi). | | | MI\_W05  MI\_W02  MI\_W01 | Wykład | | Kolokwium semestralne pisemne  Egzamin końcowy  Ćwiczenia sprawdzające | | |
| B4\_W04 | Zna i rozumie zasady językowej grzeczności i etykiety, zwłaszcza w zakresie tworzenia tekstów i wypowiedzi w dyskursie publicznym. | | | MI\_W05  MI\_W01  MI\_W02 | Wykład | | Kolokwium semestralne pisemne Zaliczenie roczne  Końcowy egzamin  Ćwiczenia sprawdzające | | |
| B4\_U01 | Potrafi oceniać i analizować zjawiska językowe, ze szczególnym uwzględnieniem problematyki błędów językowych i norm poprawnościowych współczesnej polszczyzny. | | | MI\_U02  MI\_U04 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  ćwiczenia sprawdzające  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | | |
| B4\_U02 | Umie ocenić poprawność tekstu, zwłaszcza pod względem zgodności z wymogami normy językowej i etyki słowa. | | | MI\_U04  MI\_U05 | ćwiczenia | | Grupowa praca z tekstem i dyskusja  ćwiczenia sprawdzające  kolokwium zaliczeniowe  Końcowy egzamin | | |
| B4\_U03 | Umie rzeczowo dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; umie przygotować wystąpienie ustne, zgodnie z zasadami kultury języka i etykiety. | | | MI\_U05  MI\_U01 | ćwiczenia | | Samodzielne przygotowanie pracy rocznej i prezentacji ćwiczenia z tekstem  recenzowanie prac innych studentów i dyskusja | | |
| B4\_K01 | Rozumie potrzebę rozwijania umiejętności językowych i troski o język ogólny jako najważniejszy element polskiej kultury. | | | MI\_K01  MI\_K02 | ćwiczenia | | Zaangażowanie podczas zajęć | | |
| B4\_K02 | Rozumie społeczną funkcję komunikacji językowej i rolę poprawności i przestrzegania normy języka polskiego w życiu społecznym i relacjach publicznych. | | | MI\_K02  MI\_K04 | ćwiczenia | | Zaangażowanie podczas zajęć i dyskusji | | |
| B4\_K03 | Jest odpowiedzialny za słowo i dba o zachowanie polskiej tożsamości językowej oraz poszanowanie etyki słowa, etykiety i standardów kultury osobistej w nowych mediach cyfrowych. | | | MI\_K04  MI\_K02 | Ćwiczenia | | Zaangażowanie podczas zajęć i dyskusji na temat problemów współczesnej normy językowej  Przygotowanie indywidualnej prezentacji | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia  Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | **30**  **30**  **60**  **2,4** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40  **1,6** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40  **40**  **1,6** | | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Treści kształcenia:  Wykłady: 1. Zagadnienia teoretyczne kultury języka: definicje kultury języka, cele i zadania kultury języka; postawy wobec języka, polityka językowa i poradnictwo językowe. 2. Podstawowe pojęcia kultury języka: norma językowa i jej zróżnicowanie, uzus językowy, typy innowacji językowych, kryteria oceny innowacji językowych; definicja i klasyfikacja błędów językowych. 3. Norma językowa współczesnej polszczyzny: a) norma ortofoniczna i ortograficzna, poprawność gramatyczna (słowotwórcza, fleksyjna i składniowa) b) norma leksykalna: zagadnienia poprawności stylistycznej i leksykalnej (głównie w zakresie łączliwości wyrazów) c) norma komunikacyjna: etyka słowa, etykieta językowa, wzorce zachowań językowych, sytuacja komunikacyjna a stosowność tekstu.  Ćwiczenia (audytoryjne): 1. Błąd językowy a usterka. Ćwiczenia z zakresu rozpoznawania błędów językowych, ich właściwej klasyfikacji i korekty. 2. Wybrane zagadnienia z zakresu poprawności gramatycznej, stylistycznej i leksykalnej – praca z tekstem. 3. Błąd językowy jako element utrudniający komunikację interpersonalną na różnych poziomach i rejestrach języka. 4. Norma i kultura języka w różnych sytuacjach komunikacyjnych. 5. Ocena wartości stylistycznej i komunikacyjnej wybranych tekstów współczesnego dyskursu publicznego i medialnego. | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Wykład, wykład konwersatoryjny, ćwiczenia w analizie tekstów, ćwiczenia słownikowe, przygotowanie pracy rocznej i samodzielnej prezentacji, analiza poprawności tekstów dyskursu medialnego, dyskusja, dyskusja moderowana, kolokwium zaliczeniowe (semestr 1, 3) | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Semestralne zaliczenie na ocenę wymaga zaliczenia kolokwium. Warunkiem zaliczenia rocznego (po 2 semestrze) jest przedstawienie podlegającej ocenie pracy rocznej i indywidualnej prezentacji na wybrany temat. Stanowi to łącznie podstawę (wraz z uczęszczaniem na zajęcia) dopuszczenia do egzaminu końcowego.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Zalecana literatura podstawowa:  1. H. Jadacka, Kultura języka polskiego. Fleksja, słowotwórstwo, składnia, Warszawa 2005.  2. T. Karpowicz, Kultura języka polskiego. Wymowa, ortografia, interpunkcja, Warszawa 2009.  3. A. Markowski, Kultura języka polskiego. Teoria, zagadnienia leksykalne, Warszawa, 2005.  4. J. Miodek, Odpowiednie dać rzeczy słowo, Wrocław 1987.  5. E. Polański, Zasady pisowni i interpunkcji, Warszawa 2008.  6. Cegieła A., Słowa i ludzie. Wprowadzenie do etyki słowa, Warszawa 2014.  7. A. Wierzbicka, P. Wierzbicki, Praktyczna stylistyka, Warszawa 1968.  8. Zdunkiewicz-Jedynak D., Wykłady ze stylistyki, Warszawa 2010  9. Zdunkiewicz-Jedynak D., Ćwiczenia ze stylistyki, Warszawa 2010  Literatura uzupełniająca  1. D. Buttler, H. Kurkowska, H. Satkiewicz, Kultura języka polskiego, tomy 1 i 2, Warszawa 1971, 1982.  2. H. Jadacka, A. Markowski, D. Zdunkiewicz-Jedynak, Poprawna polszczyzna. Hasła problemowe, Warszawa 2008.  3. O zagrożeniach i bogactwie polszczyzny, pod red. J. Miodka, Wrocław 1996.  4. W. Pisarek, Wstęp do nauki o komunikowaniu, Warszawa 2008.  5. W. Pisarek, O mediach i języku, Kraków 2007.  6. W. Pisarek, Słowo między ludźmi, Warszawa 2004.  7. Polszczyzna na co dzień, red. M. Bańko, Warszawa 2006.  8. Polszczyzna płata nam figle, pod red. J. Podrackiego, Warszawa 1991.  9. Słowniki języka polskiego (zwłaszcza poprawnościowe), Ustawa o języku polskim.  10. Poradnia językowa PWN (zasoby internetowe), wybrane hasła  11. Kubiak-Sokół A., Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008 | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Praktyczna stylistyka B5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Practical design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna / niestacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Wykształcenie u studentów umiejętności analizy tekstów podejmujących zagadnienia związane z funkcjonowaniem języka w przestrzeni społecznej i kulturowej, szczególnie w procesie komunikacji, omawiających różne odmiany języka (mówionego i pisanego), rejestry stylowe, jak też zdolności praktycznego wykorzystania nabytej wiedzy podczas samodzielnego tworzenia tekstów, takich jak: praca naukowa: rozprawka, esej, teksty użytkowe: podanie, życiorys, notatka, gatunki prasowe: reportaż, felieton, recenzja itp.; oraz umiejętności opisu i analizy tekstów pod względem normy stylistycznej i skuteczności (komunikacyjnej i perswazyjnej). | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15h wykład, ćwiczenia audytoryjne 30h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B5\_W01 | ma uporządkowaną, użyteczną zawodowo, wiedzę z zakresu praktycznej stylistyki, podstaw językoznawstwa opisowego, pragmalingwistyki i językoznawstwa normatywnego, komunikacji językowej w wybranych, najważniejszych społecznie typach dyskursu. | | MI\_W01  MI\_W05 | wykład | | kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_W02 | Zna w stopniu zaawansowanym obowiązujące reguły komunikacji językowej i etykiety (w sferze społecznej, biznesowej i interpersonalnej, internetowej), zna paradygmat stylów użytkowych i należących do nich aktualnych współcześnie typów tekstów. | | MI\_W01  MI\_W02 | wykład | | Kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_W03 | Ma wiedzę na temat gatunków medialnych i języka tzw. nowych mediów oraz tekstów kultury, jak też stylów poznawczych i komunikacyjnych jej odbiorców; rozumie potrzeby odbiorców kultury.  Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych w przestrzeni publicznej. | | MI\_W02  MI\_W05  MI\_W01 MI\_W06 | wykład | | Kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_U01 | Potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje, czytając ze zrozumieniem krytycznie analizować różne teksty obecne w dyskursie publicznym, rozpoznając wyrażone w nich intencje komunikacyjne twórców. | | MI\_U01  MI\_U05 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_U02 | Umie krytycznie, z wykorzystaniem technologii informacyjnych analizować teksty występujące w domenie publicznej i internetowej, rozpoznając zjawiska propagandy, erystyki i manipulacji. | | MI\_U03  MI\_U01  MI\_U05 | ćwiczenia e | | Grupowa analiza wybranych tekstów wystąpień polityków, memów itp.  kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_U03 | Potrafi w sposób logiczny i spójny, korzystając z nowych technologii i współczesnych mediów samodzielnie tworzyć teksty gatunków użytkowych, także prace pisemne o charakterze naukowym, jak też porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych, używając adekwatnego, profesjonalnego słownictwa. | | MI\_U04  MI\_U03 | ćwiczenia | | Samodzielne tworzenie tekstów wbranego gatunku wypowiedzi; ocena i recenzowanie prac innych studentów  Kolokwium zaliczeniowe | |
| B5\_U04 | Potrafi dyskutować i argumentować z wykorzystaniem umiejętności kulturalnego prowadzenia sporów; umie przygotować wystąpienie ustne, przestrzegając zasad kultury osobistej i kultury języka. | | MI\_U05  MI\_U01 | ćwiczenia | | Przygotowanie i wygłoszenie wystąpienia publicznego przeciwko ksenofobii i mowie nienawiści  Zaangażowanie podczas zajęć. | |
| B5\_K01 | Student jest zdolny do krytycznej i obiektywnej oceny swojej wiedzy i umiejętności, umie uznać i docenić wartość cudzych dokonań, rozumie potrzebę ciągłego uczenia się i podnoszenia kompetencji zawodowych. | | MI\_K01  MI\_K02 | ćwiczenia | | Zaangażowanie podczas zajęć | |
| B5\_K02 | Korzystając z nabytych umiejętności komunikacyjnych, jest gotów z etycznych pobudek bronić dobra wspólnego; poczuwa się do przestrzegania etyki słowa, netykiety, kultury języka i standardów kultury osobistej w komunikacyjnej przestrzeni Internetu. | | MI\_K04  MI\_K02 | ćwiczenia | | Dyskusja  Przygotowanie wystąpienia przeciwko ksenofobii i mowie nienawiści | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treści kształcenia:  1. Zagadnienia dotyczących języka jako zjawiska społecznego i kulturowego (narzędzie myślenia, poznania, komunikacji).  2. Podstawowe pojęcia: styl, stylistyka, komunikacja językowa i funkcje języka; zróżnicowanie stylistyczne współczesnej polszczyzny.  3. Język pisany a język mówiony – wskazanie różnic między wypowiedzią oralną a pismem.  4. Język i jego stylowe odmiany (zagadnienia funkcjonalnego zróżnicowania wypowiedzi użytkowej i literackiej − tzw. style funkcjonalne: styl potoczny, naukowy, urzędowo-kancelaryjny, retoryczny, publicystyczno-dziennikarski, artystyczny).  5. Ćwiczenia kształtujące opanowanie reguł budowania i formułowania pism urzędowych (podanie, curriculum vitae, list motywacyjny), sporządzania różnego typu notatek, redagowania krótkiego i przejrzystego treściowo ogłoszenia.  6. Ćwiczenie umiejętności budowania planu wypowiedzi naukowej. Kształtowanie umiejętności logicznego argumentowania na rzecz przyjętej tezy wywodu oraz umiejętności wieloaspektowego oglądu postawionego problemu lub zagadnienia (hipotezy)  7. Sztuka retoryczna – umiejętne tworzenie tekstu przemówienia z wykorzystaniem odpowiednich środków artystycznych, a następnie jego wygłaszanie na forum grupy (postawa, interpretacja teksu, odpowiednia modulacja głosu).  8. Gatunki informacyjne a publicystyczne – ich charakterystyka na podstawie wybranych przykładów. Analiza recenzji prasowych beletrystyki oraz recenzji tekstu naukowego. Krytyczna analiza i ocena wydarzenia kulturalnego lub lektury – tworzenie recenzji.  9. Ocena stylistyczna tekstu, zróżnicowanie stylistyczne wypowiedzi i jego rola w aspekcie komunikacyjnym |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia audytoryjne, dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; kolokwia cząstkowe (znajomość lektur), kolokwium zaliczeniowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Semestralne zaliczenie wymaga zaliczenia kolokwium. Jest ono także podstawą (wraz z uczęszczaniem na zajęcia i uzyskaniem pozytywnych ocen z kolokwiów cząstkowych i przygotowanych prezentacji oraz wystąpień) dopuszczenia do egzaminu.  Zasady uzyskania zaliczenia w trybie poprawkowym będą ustalane indywidualnie. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | Literatura podstawowa:  1. Style współczesnej polszczyzny. Przewodnik po stylistyce polskiej, red. E. Malinowska, J. Nocuń, U. Żydek-Bednarczuk, Kraków 2013.  2. Kida J., Główne odmiany stylowe języka polskiego, [w:] Stylistyka, styl i język artystyczny w edukacji polonistycznej, Rzeszów 1988, s.198-207.  3. Zdunkiewicz-Jedynak D., Wykłady ze stylistyki, Warszawa 2010  4. Zdunkiewicz-Jedynak D., Ćwiczenia ze stylistyki, Warszawa 2010  5. Maćkiewicz J., Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010  6. Kuziak M., Jak mówić, rozmawiać, przemawiać, Bielsko-Biała 2005.  7. Kuziak M., Rzepczyński S., Jak dobrze napisać: opowiadanie, podanie, streszczenie, życiorys…, Warszawa 2002.  8. Markowski A., J. Puzynina, Kultura języka, [w:] Encyklopedia kultury polskiej XX wieku, t.2, Współczesny język polski, red. J. Bartmiński, Wrocław 1993, s.53-69.  Literatura uzupełniająca:  1. Bortnowski S., Spory o notatkę, [w:] Ścisłość i emocja, Warszawa 1977, s. 121-175.  2. Kaszubski P., Esej − prostota angielskiej prozy w pigułce, „Polonistyka” 1994, nr 2, s. 95-101.  3. Lévi-Strauss C., Kultura i język,[w:] Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 21-25.  4. Sapir E., Język, [w:] Antropologia słowa. Zagadnienia i wybór tekstów opracowali G. Godlewski, A. Mencwel, R. Sulima, Warszawa 2003, s. 49-58.  6. Stasiński P., Poetyka i pragmatyka felietonu, Warszawa 1982.  7. Kubiak-Sokół A., Piszemy poprawnie. Poradnik językowy PWN, Warszawa 2008  8. Majewska-Tworek A., Piekot T. i in., Jak pisać i redagować. Poradnik redaktora. Wzory pism użytkowych, Warszawa 2009. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat pisania twórczego B6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Creative wiriting |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna / niestacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4, 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Wykształcenie umiejętności tworzenia różnorodnych tekstów przydatnych w przyszłej pracy zawodowej | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | • ćwiczenia warsztatowe 30godz. Semestr 4 i 30 godz. Semestr 5 | | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| B6\_W01 | posiada uporządkowaną wiedzę z zakresu językoznawstwa i stylistyki oraz kultury języka polskiego, którą potrafi zastosować przy tworzeniu tekstów | | | MI\_W01 | ćwiczenia | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B6\_W02 | w stopniu zaawansowanym zna zasady komunikacji językowej, rozumie potrzeby odbiorców kultury,  zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej | | | MI\_W04  MI\_W06 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B6\_U01 | student potrafi selekcjonować i syntetyzować informacje przydatne do tworzenia tekstów, umie poddać analizie materiał językowy, a także analizować teksty dostępne w przestrzeni publicznej, | | | MI\_U01 | ćwiczenia warsztatowe | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | | |
| B6\_U02 | potrafi tworzyć teksty i porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem nowych technologii | | | MI\_U03 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| B6\_K01 | obiektywnego oceniania efektów pracy własnej i innych, współpracuje z członkami zespołu | | | MI\_K01 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| B6\_K02 | jest odpowiedzialny za słowo, aktywnie włącza się w komunikację obywatelską | | | MI­\_K02 | ćwiczenia warsztatowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe    **w sumie:**  ECTS | | | | 60    **60**    **2,4** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 40      **40**  **1,6** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  40      **70**  **2,8** | | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Projektowanie, tworzenie i redagowanie tekstów w różnych gatunkach: elementy opisu, typy zdań – rytm tekstu, wprowadzanie kwestii dialogowych, opis uczuć.  Analiza kształtu językowo-stylistycznego i edytorskiego tekstu.  Problematyka spójności tekstu, kohezja i koherencja. Metatekst i intertekst.  Tworzenie różnych form tekstu (sylwetka-wspomnienie, reportaż, felieton, krótki utwór fabularny)  Narracja, konstruowanie postaci  Tworzenie tekstu w różnych stylach wypowiedzi i różnych konwencjach (parafraza, parodia)  Teoria procesu twórczego – metody stymulujące działania kreatywne. | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | ćwiczenia praktyczne, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe w formie tworzenia zadanego tekstu | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | 1. Prace zaliczeniowe maks. 50 pkt.  2. Kolokwium maks. 50 pkt    Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Dąbała J., Tajemnica i suspens. Wokół głównych problemów Creative writing, Lublin 2004.  J. Maćkiewicz, Jak dobrze pisać. Od myśli do tekstu, Warszawa 2010  A. Handley, C.C. Chapman, Treść jest kluczowa, Gliwice 2012  Swain D. V. , Jak pisać żeby publikować, przeł. M. Burdzy-Barrington, Warszawa 2010.  Sztuka pisania. Tajemnice warsztatu pisarstwa odsłaniają: Ernest Hemingway, John Steinbeck, Kurt Vonnegut i inni, przeł. J. Mach, Łódź 1997. | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Socjologia B7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Sociology |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Zapoznanie studentów z podstawami socjologii, zarówno ogólnej, jak i szczegółowej, w tym prezentacja podstawowych zagadnień będących przedmiotem zainteresowania socjologii, w szczególności w kontekście funkcjonowania w grupie społecznej, w tym w organizacji – z uwzględnieniem odniesień do nauk o zarządzaniu | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład - 15h studia stacjonarne | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B7\_W01 | posiada podstawową wiedzę z zakresu socjologii, zna podstawowe kierunki oraz ich przedstawicieli. | | | MI\_W03 | wykład | | Kolokwium końcowe | |
| B7\_W02 | Ma podstawową wiedzę o rodzajach więzi społecznych, definiuje podstawowe pojęcia służące do opisu zachowań społecznych zarówno w wymiarze makrospołecznym, mezospołecznym jak i mikrospołecznym | | | MI\_W06 | wykład | | Kolokwium końcowe | |
| B7\_W03 | Zna podstawowe kategorie opisu struktury społecznej oraz zróżnicowania społecznego, ma podstawową wiedzę o wybranych rodzajach struktur społecznych i instytucjach życia społecznego, oraz zachodzących między nimi relacjach. | | | MI\_W07 | wykład | | Kolokwium końcowe | |
| B7\_W04 | Zna podstawowe metody i narzędzia stosowane w badaniach socjologicznych | | | MI\_W03 | wykład | | Kolokwium końcowe | |
| B7\_U01 | potrafi dokonać charakterystyki metody i narzędzia stosowane w badaniach socjologicznych z uwzględnieniem możliwości ich zastosowania dla badania określonych obszarów organizacji. | | | MI\_U03 | wykład | | Kolokwium końcowe | |
| B7\_K01 | Prezentacji własnych poglądów, właściwie dobiera argumenty na ich poparcie, wykorzystuje w dyskusji wiedzę merytoryczną, z zachowaniem szacunku dla poglądów drugiej strony. | | | MI\_U04 | wykład | | Aktywność na zajęciach i przedstawien ie prezentacji opracowanej w grupie | |
| B7\_K02 | Analizuje zmiany na rynku pracy, dostrzega jego dynamikę, uwzględnia podstawowe trendy obecne na rynku lokalnym i regionalnym, w tym konieczność większej mobilności, zdaje sobie sprawę z konieczności nabywania nowych kompetencji i ciągłego dostosowywania kwalifikacji | | | MI\_K03 | wykład | | Aktywność na zajęciach i przedstawien ie prezentacji opracowanej w grupie | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | | **-** | | - |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Wykłady:  Socjologia a inne nauki społeczne. Zróżnicowanie wewnętrzne socjologii. Socjalizacja i kształtowanie osobowości w procesie socjalizacji. Osobowość społeczna oraz tożsamość osobista i społeczna jednostki. Zachowania, działania, interakcje. Stosunki społeczne. Role społeczne i kontrola społeczna. Koncepcje ładu społecznego. Organizacja i dezorganizacja. Konformizm i dewiacje. Grupa społeczna i więź społeczna. Jednostka a grupy społeczne. Rodzina jako grupa społeczna i jako instytucja społeczna. Celowe grupy formalne. Socjologia organizacji. Typ idealny biurokracji. Cechy i dysfunkcje organizacji formalnych. Pojęcie instytucji totalnej. Władza, polityka, panowanie. Państwo i demokracja. Krążenie elit. Struktura społeczna i zróżnicowanie społeczne. Klasy i warstwy. Czynniki stratyfikacji społecznej. Koncepcje zróżnicowania społecznego. Socjologia pracy. Socjologiczne rozumienie zawodu. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | wykład multimedialny | | | | | |
| **\*Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe | | | | | |
| **\*Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena z pisemnego testu zaliczeniowego 100% | | | | | |
| **\*Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Podstawy ekonomii biznesu | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Sztompka P., Socjologia. Analiza społeczeństwa, Wydawnictwo Znak, Kraków 2002.  Szacka B., Wprowadzenie do socjologii, Oficyna Naukowa, Warszawa 2003.  Klimek J., Etyka biznesu. Teoretyczne założenia, praktyka zastosowań, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.  Giddens A., Socjologia, przeł. A. Szulżycka, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie relacjami z klientem B8 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Customer relationships management |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | Polski / Angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują przygotowanie studentów do profesjonalnej obsługi klientów w przyszłej pracy zawodowej.  The program content includes preparing students for proffessional customer service in their future professional work. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład - 15h studia stacjonarne | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B8\_W01 | Student zna, rozumie i potrafi zdefiniować podstawowe pojęcia i terminy z zakresu relacji w pracy z klientem | | | MI\_W03 | wykład | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian | |
| B8\_W02 | Student zna podstawowe teorie dotyczące procesów skutecznej komunikacji interpersonalnej; rozróżnia style komunikowania się z klientem; zna skuteczne formy porozumiewania się z klientem, m. in. w sytuacjach konfliktowych i in. | | | MI\_W06 | wykład | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian | |
| B8\_U01 | Potrafi korzystać ze źródeł fachowej wiedzy, w tym norm zawierających wymagania i wytyczne w pracy z klientem. | | | MI\_U03 | wykład | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian | |
| B8\_K01 | Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy, rozumie potrzebę ciągłego dokształcania się oraz prowadzenia zdrowego trybu życia. | | | MI\_K03 | wykład | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian | |
| B8\_K02 | Zachowuje się profesjonalnie, przygotowuje się do pracy oraz planuje i realizuje swoje działania w sposób odpowiedzialny | | | MI\_K04 | wykład | | Aktywność podczas zajęć, sprawdzian | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | | **-** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1. Diagnoza potrzeb klienta w celu doboru właściwych form współpracy. Obserwacja oraz wywiad wstępny z klientem (oczekiwania, potrzeby, czas trwania współpracy). 2. Czynniki wpływające na sukces w pracy z klientem (wyznaczniki sukcesu, przyczyny ewentualnych niepowodzeń). 3. Systemy CRM jako pomoc we współpracy z klientem. 4. Orientacja na klienta i zasady zarządzania jakością obsługi klienta z perspektywy normy ISO 9001. 5. Badanie satysfakcji klienta jako ważna część współpracy 6. Diagnosis of the client's needs in order to select the right forms of cooperation. Observation and initial interview with the client (expectations, needs, duration of cooperation). 7. Factors affecting success in working with the client (determinants of success, reasons for possible failures). 8. CRM systems as an aid in cooperation with the client. 9. Customer focus and principles of customer service quality management from the perspective of ISO 9001. 10. Customer satisfaction survey as an important part of cooperation. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | wykład multimedialny , studia przypadków  lecture, case studies | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Kolokwium zaliczeniowe / knowledge check | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z kolokwium. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena z kolokwium – 100% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Socjologia | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Adler R.B., Rosenfeld L.B., Proctor II R.F. (2016), *Relacje interpersonaln*e (tłum. G. Skoczylaz). Poznań: Rebis 2. Adam Hamrol, *Zarządzanie i inżynieria jakości*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2017 3. Newell Frederick, *Zarządzanie relacjami z klientami w nowej erze marketingu internetowego,* IFC Press, Warszawa 2002. 4. Maciej Mitręga, *Marketing relacji - teoria i praktyka*, CEDEWU, Warszawa 2018. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Język specjalistyczny (Media and marketing) B9 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Specialised Language (Media and marketing) |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski/angielski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | V-VI |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Rozwijanie i doskonalenie kompetencji językowych dla potrzeb zawodowych, poszerzenie posiadanej przez studenta znajomości języka obcego ogólnego o umiejętność posługiwania się słownictwem specjalistycznym charakterystycznym dla danej dziedziny, zgodnej z kierunkiem studiów, przygotowanie do korzystania z obcojęzycznych źródeł w zakresie studiowanego kierunku, a także przygotowanie do posługiwania się językiem obcym w środowisku zawodowym. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin warsztatów | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| B9\_W01 | zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w zakresie marketingu i mediów | | | MI\_W01 | Warsztat | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| B9\_U01 | samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz syntezy w celu rozwiązania zadań związanych z działalnością zawodową, szczególnie w dziedzinie komunikacji marketingowej. | | | MI\_U01 | Warsztat | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| B9\_U02 | posługiwać się językiem obcym na poziomie co najmniej B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego, w tym także w zakresie specjalistycznym. | | | MI\_U06 | Warsztat | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| B9\_K01 | krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole. | | | MI\_K01 | Warsztat | | prace zaliczeniowe  testy  egzamin |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 4 | | Stacjonarne | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Warsztaty  **w sumie:**  ECTS | | 60  **60**  **2,5** |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do zajęć, testów i egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | 38  **38**  **1,5** |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | ćwiczenia  samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | 60  38  **98**  **4,0** |  | |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Business profiles – introducing a company, presenting its history, present operations and future plans 2. Numbers, orders, invoices – processing orders, terms of payment, basics of accounting 3. Reporting changes in business performance – presenting and comparing changes in prices, production output etc, reading graphs and charts 4. Digital media technology; media now and then 5. Communication methods: text, audio, image, video 6. Product description – adjectives describing features; presenting products or services 7. Modern marketing tools in business – online advertising, social media, customer relationship management, content creation, event marketing etc 8. Advertising as the art of persuasion- methods and tools of advertising, analysing target audience, exposure, comparing effectiveness 9. Social media as a marketing tool or a profitable business opportunity, case studies,   digital and social media content manager vs. social media influencer   1. Digital marketing risks and challenges – lack of research, choosing too few channels, SEO failures, lack of creativity, public image threats etc. 2. Online culture and habits; social media metrics 3. Business ethics online; offensive or illegal content, legal issues 4. Information security; data usage and protection 5. Charitable marketing – boosting the image of a company by corporate charitable actions, case studies 6. Social business model – business responding to the needs of local communities, analysing benefits 7. Social media campaigns for business and politics 8. Business correspondence – requests, enquiries, complaints etc., useful phrases 9. Successful presentations – strategies, visual aids, useful language 10. Careers in social media, future of online marketing 11. BEC Preliminary- Reading - exercises 12. BEC Preliminary – Listening, Speaking – exercises |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Dominującą metodą kształcenia będzie metoda komunikatywna wykorzystująca indywidualne formy pracy, pracę w parach lub w całej grupie w oparciu o zadania, ćwiczenia, dyskusje, prezentacje multimedialne, projekty. Praca na zajęciach skoncentrowana będzie na rozwijaniu sprawności słuchania, mówienia, czytania i pisania. |
| **\* Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie poszczególnych treści na ćwiczeniach w formie testów, zaliczeń ustnych, prezentacji i prac pisemnych. Wymagana jest ocena pozytywna z każdej ocenianej aktywności.  Zaliczenie poprawkowe powinno być dokonane do końca każdego semestru. |
| **\* Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | aktywne uczestnictwo w zajęciach: 20%  prace pisemne przygotowywane poza zajęciami: 20%  testy: 60%  Wymagane jest zaliczenie wszystkich powyższych elementów. |
| **\* Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany podczas jego nieobecności. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaleca się znajomość języka u studenta rozpoczynającego kurs na poziomie B2 |
| **Zalecana literatura:** | **Podręczniki:**  Social Media Marketing, Sylwia Davidson, Jenny Dooley , Express Publishing 2020  Skrypt Business English Essentials, Joanna Krochmal, Elżbieta Pawlik, KPU w Krośnie 2021  Materiały własne lektorów prowadzących zajęcia.  **Literatura uzupełniająca**  Cambridge English for Marketing, Elizabeth Lee, Nick Ceramella, Cambridge 2014  Przykładowe testy Business English Certificate Preliminary, Cambridge University Press |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy prawa w Internecie B10 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Elements of law on the Internet |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują terminologia prawa cywilnego. Przepisy Konstytucji RP. Ogólne zasady prawa pracy i istotne dla studiowanego kierunku regulacje kodeksów: cywilnego, postępowania cywilnego, administracyjnego, karnego. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład - 15h studia stacjonarne | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| B10\_W01 | Student zna terminologię prawa cywilnego. Student zna przepisy Konstytucji RP | | | MI\_W03 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| B10\_W02 | Student zna ogólne zasady prawa pracy i istotne dla studiowanego kierunku regulacje kodeksów: cywilnego, postępowania cywilnego, administracyjnego, karnego | | | MI\_W03 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| B10\_U01 | Student umie zastosować posiadaną wiedzę, w tym potrafi dokonać subsumcji stanu faktycznego, rozwiązać kazus | | | MI\_U04 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| B10\_U02 | Student posiada umiejętność argumentowania z wykorzystaniem orzecznictwa sądowego oraz poglądów uznanych autorytetów wyrażanych w komentarzach | | | MI\_U05 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| B10\_01 | Realizuje zadania zawodowe profesjonalnie i zgodnie z zasadami etyki zawodowej. Rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu | | | MI\_K04 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  15  **0,4** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | | **-** | | - |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Podstawy wiedzy o prawie w Internecie. Elementy prawa konstytucyjnego. Elementy prawa administracyjnego. Elementy prawa cywilnego. Elementy prawa karnego i skarbowego. Elementy prawa pracy. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | wykład multimedialny | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie wykładów w formie kolokwium; zaliczenie poprawkowe – kolokwium w wyznaczonym terminie; brak egzaminu z przedmiotu. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | ocena projektu kolokwium | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Podstawy ekonomii biznesu | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Elementy prawa: podręcznik / Agnieszka Mroczkowska-Budziak, Ryszard Seidel, Poznań: Wydawnictwo eMPiÂ˛ Mariana Pietraszewskiego, 2015. 2. Jezioro J. Podstawy prawa cywilnego, Część ogólna, Wyd. Stowarzyszenie na Rzecz Rozwoju Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Witelona, Legnica, 2004. 3. Klaus-Dieter Borchardt, ABC prawa Unii Europejskiej /Luxemburg. Urząd Publikacji Unii Europejskiej, 2011. | | | | | |

# C. Grupa przedmiotów kierunkowych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) C1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to digital marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Wprowadzenie studentów do marketingu internetowego. Kanały marketingu internetowego, ich różnice, wady i zalety. Kurs w Internetowych Rewolucjach Google z możliwością uzyskania certyfikatu. | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | 30 godzin – ćwiczenia projektowe | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C1\_W01 | Teorie oraz praktyczne zastosowanie kanałów marketingu internetowego. | | | | MI\_W02 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_W02 | Teorie i narzędzia wspomagające promocje strony internetowej w internecie. | | | | MI\_W05 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje za pomocą wyszukiwarek internetowych, będąc świadomym zasad wyszukiwania i dostępnych funkcjonalności ułatwiających szukanie informacji w wyszukiwarkach internetowych. | | | | MI\_U01 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_U02 | Dostosować swą praktykę komunikacyjną w internecie do zasad stosowanych w wyszukiwarkach internetowych. | | | | MI\_U03 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu kanałów marketingu internetowego, narzędzi, funkcjonalności i metryk analitycznych. | | | | MI\_U04 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_U04 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących wyszukiwaniu danych; chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | | | MI\_U08 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w konstruowaniu narzędzi analitycznych i udoskonalaniu własnego warsztatu analitycznego. | | | | MI\_K03 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C1\_K02 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza podczas pracy w zespole, szczególnie w zespole wielokulturowym i interdyscyplinarnym. | | | | MI\_K01 | | ćwiczenia projektowe | Obecność na zajęciach, test certyfikujący | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** | |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | ćwiczenia  Samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | | 30  20  **50**  **2,0** | |  | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Wprowadzenie do marketingu internetowego. Kanały trakcji, definicje pojęć marketingowych, kanały marketingowe, wady, zalety, wymagania, analiza wyników działan marketingowych. Narzędzia analityczne. Analiza konkurencji i ich działan marketingowych. | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Ćwiczenia projektowe | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego materiału w formie przeprowadzanych ćwiczeń. Zaliczenie końcowe w formie testu certyfikującego Google. | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność na zajęciach: 30%  Zadanie: 20%  Zaliczenie: 50% | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach, dodatkowa praca własna w szkoleniu Google. | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | <https://learndigital.withgoogle.com/internetowerewolucje/course/digital-marketing> | | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Marketing C2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| W ramach przedmiotu studenci poznają problematykę marketingu przedsiębiorstw i zasad jego stosowania w gospodarce rynkowej. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin wykładu i 30 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| C2\_W01 | Posiada wiedzę o istocie marketingu i jego roli w gospodarce rynkowej oraz o ewolucji koncepcji marketingu | | | MI\_W03  MI\_W04  MI\_W07 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | | |
| C2\_W02 | Zna uwarunkowania działań marketingowych podmiotów rynkowych wynikające z ich otoczenia. | | | MI\_W07 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | | |
| C2\_W03 | Ma wiedzę na temat zachowań konsumentów jako głównego podmiotu oddziaływania marketingu | | | MI\_W03  MI\_W07 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | | |
| C2­\_W04 | Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu marketingu, jego zasad i narzędzi. | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe Wykład | Kolokwium  Egzamin | | |
| C2\_U01 | Tworzy narzędzie pozyskania informacji o preferencjach konsumentów poszukując przyczyn określonego stanu. | | | MI\_U01  MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C2\_U02 | Tworzy spójną kompozycję marketingową kierowaną do określonego segmentu rynku | | | MI\_U02  MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C2\_U03 | Planuje działania marketingowe przedsiębiorstwa konstruując jego cele. | | | MI\_U02  MI\_U04  MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | Projekt grupowy | | |
| C2\_U04 | Opracowuje i przeprowadza syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu marketingu | | | MI\_U02  MI\_U04  MI\_U05 | Ćwiczenia projektowe | Referat z prezentacją | | |
| C2\_K01 | Przejawia postawy zaangażowania w rozwiązywanie zadań problemowych dotyczących funkcjonowania marketingu. | | | MI\_K01  MI\_K02  MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach, kiedy są wykonywane. | | |
| C2\_K02 | Akceptuje różne koncepcje rozwiązań problemów postawionych do analizy w trakcie przygotowania projektów oraz stosownie argumentuje własne poglądy. | | | MI\_K01  MI\_K02  MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach, kiedy są wykonywane. | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 5 | | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  30  **60**  **2,4** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie do realizacji projektów  Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  35  15  **65**  **2,6** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie do realizacji projektów  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  35  **65**  **2,6** |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Wykład:**   1. Istota marketingu i jego rozwój. 2. Nabywcy, konsumenci i ich zachowania. Profil konsumentów. 3. System informacji marketingowej. Metodyczne uwagi o konstrukcji badań marketingowych i kreowania narzędzi diagnostycznych. 4. Segmentacja rynku. Cechy, kryteria i przebieg segmentacji. Pozycjonowanie produktu w segmentach rynkowych. 5. Otoczenie marketingowe przedsiębiorstwa. Otoczenie ogólne i operacyjne. Elementy zależne i niezależne otoczenia rynkowego. 6. Analiza strategiczna w marketingu. Analiza SWOT. Analiza pięciu sił Portera. Analiza BCG. 7. Poziomy strategii przedsiębiorstw. Strategia marketingowa jako strategia poziomu funkcjonalnego. Wybrane warianty strategii marketingowej. 8. Ewolucja koncepcji marketing-mix. 9. Produkt jako element marketingu-mix. Struktura, rodzaje i jakość produktu. Cykl życia produktu. Fazy, rodzaje, decyzje przedsiębiorstw i ich rezultaty. Model adaptowania innowacji. 10. Ranga ceny w kompozycji marketingu-mix. Cele polityki cenowej. Ukierunkowanie polityki cenowej. Wybór polityki cenowej. 11. Promocja. Definicja i funkcje promocji. Promotion-mix 12. Określenie znaczenia reklamy jako narzędzia marketingu. Etyka reklamy. Kobiecość w reklamie. Reklama funeralna. Archetyp macho. Erotyka w reklamie. Reklama kierowana do dzieci. – studium przypadków. 13. Dystrybucja w koncepcji marketingowej.   **Ćwiczenia projektowe**:   1. Definiowanie rynku i jego elementów. 2. Identyfikacja stylów życia klientów. Określanie znaczenia hierarchii potrzeb w marketingu. Analiza przebiegu procesu decyzji zakupowych. 3. Opracowanie blankietu wywiadu kwestionariuszowego do realizacji wśród konsumentów i realizacja badania pilotażowego. 4. Propozycja segmentacji klientów i specyficzne elementy oferty skierowanej do wybranego segmentu rynku. 5. Analiza SWOT / TOWS. Formułowanie normatywnych strategii działania. 6. Przeprowadzenie analizy portfelowej z wykorzystaniem macierzy BCG. 7. Określanie wizji, misji i celów przedsiębiorstwa jako uwarunkowania sprawnej realizacji działań marketingowych. 8. Definiowanie asortymentu i asortymentacji. Określanie struktury asortymentu: rodzina, klasa, linia, pozycja produktu. Określanie poziomej i pionowej złożoność asortymentu. 9. Definiowanie znaku towarowego. Określanie funkcji, strategii i rodzajów marek. 10. Opakowanie produktu i jego funkcje. 11. Omówienie schematu wprowadzania nowego produktu. 12. Metody ustalania cen. 13. Promocja osobista, promocja sprzedaży, public relations. | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład z elementami dyskusji moderowanej.  Prezentacja z wykorzystaniem multimediów, w tym tematycznych fragmentów filmowych.  Ćwiczenia projektowe obejmują dyskusję moderowaną, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach. | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | **Zaliczenie ćwiczeń:**  aktywne uczestnictwo studentów w prowadzonej na ćwiczeniach dyskusji kierowanej – **5%**,  aktywność i poprawność rozwiązywania problemów postawionych do realizacji w trakcie ćwiczeń (średnia ocena z projektów zrealizowanych w trakcie ćwiczeń) - **30%.**  pozytywna ocena z kolokwium w formie testu sprawdzającego stopień opanowania przez studentów materiału podanego w trakcie ćwiczeń oraz wskazanej literatury - **35%**  poprawne zrealizowanie wybranych przez prowadzącego ćwiczenia zagadnień do samodzielnego opracowania (referat z prezentacją) - **30%**  **Ocena z ćwiczeń** = 35% ocena z kolokwium + 30% średnia ocena z projektów + 30% średnia ocena za referat z prezentacją + 5% ocena za aktywność  **Zaliczenie egzaminu:**  Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń.  Egzamin pisemny przeprowadzony w oparciu o test jednokrotnego wyboru z możliwością rozszerzenia o część opisową - **100%**  Student musi uzyskać ocenę pozytywną z każdej ocenianej aktywności w trakcie trwania semestru. | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Jeśli student nie był obecny lub nie uczestniczył w stopniu zadowalającym w realizacji projektu otrzymuje za niego ocenę 0 (mnożnik 0), co w istotny sposób obniża średnią ocenę z projektów. Obecność i zaangażowanie studenta pozwalają zachować mu ocenę uzyskaną za realizację projektu (mnożnik 1) | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | **Ocena końcowa = 50% oceny z ćwiczeń + 50% oceny z egzaminu** | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie w domu opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. Po jego przygotowaniu student zobowiązany jest do oddania go do sprawdzenia osobie prowadzącej ćwiczenia (w kontakcie bezpośrednim, wysłanie na adres e-mail lub przez platformę e-learning). | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Altkorn J. (red.), *Podstawy marketingu*, Instytut Marketingu, Kraków 2006. 2. Kotler P. i inni, *Marketing 4.0*, MT Biznes, Warszawa 2017 3. Łobos K., Styś A., *Współczesne problemy zarządzania i marketingu*, Difin, Warszawa 2016 4. Mruk. H., *Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa*, PWN, Warszawa 2018 5. Garbarski L., Rutkowski I., Wrzosek W. *Marketing. Punkt zwrotny nowoczesnej firmy.* PWE Warszawa 2008. 6. Cheverton P., *Kluczowe umiejętności marketingowe. Strategie, techniki i narzędzia sukcesu rynkowego*, Helion, Gliwice 2006. | | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Grafika komputerowa C3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Computer graphic |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Umiejętność obsługi oprogramowania graficznego oraz tworzenia grafiki wektorowej i rastrowej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | laboratorium komputerowe 15 h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C3\_W01 | Zna zasady tworzenia i obróbki grafiki wektorowej i rastrowej oraz obsługi programów graficznych | | MI\_W05 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3\_W02 | Zna możliwości i ograniczenia wykorzystywanego oprogramowania graficznego | | MI\_W05 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3\_W03 | Potrafi obsługiwać oprogramowanie do tworzenia i obróbki grafiki wektorowej i rastrowej | | MI\_U03 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3\_U021 | Potrafi przetwarzać i obrabiać gotowe obrazy (fotografie cyfrowe) w celu ich późniejszego wykorzystania w projektach | | MI\_U03 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3\_U02 | Potrafi stworzyć od podstaw grafikę cyfrową przy użyciu dostępnego oprogramowania | | MI\_U03 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3\_U03 | Jest gotów do ciągłego uzupełniania własnej wiedzy i umiejętności w obliczu szybko rozwijających się technologii związanych z tworzeniem i obróbką grafiki komputerowej | | MI\_U08 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| C3­\_K01 | Jest krytyczny wobec własnych umiejętności, stale dąży do podnoszenia własnych kwalifikacji | | MI\_K01 | Laboratorium komputerowe | | Ocena zadań laboratoryjnych | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | laboratorium:  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Doskonalenie umiejętności obsługi aplikacji graficznych  Realizacja zadań  **w sumie:**  ECTS | | | 15  20  **35**  **1,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Laboratorium  Doskonalenie umiejętności obsługi aplikacji graficznych  Realizacja zadań  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  20  **50**  **2,0** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Grafika wektorowa:  narzędzia rysujące, obiekty i obrazy wektorowe, edycja krzywych, rysowanie linii transformacje obiektów, zarządzanie warstwami, praca z tekstem, zapisywanie obrazów graficznych  Grafika rastrowa:  narzędzia graficzne, tworzenie obrazu, korekcja tonalna i retusz, warstwy obrazu, maski edycyjne i ścieżki odcinania, filtry, zmiana właściwości obrazu; retusz i korekta obrazu, zmiana kolorów obrazu, tworzenie obrazów graficznych od podstaw; filtry i efekty na obrazach graficznych |
| **Metody i techniki kształcenia:** | laboratorium – pokaz praktyczny, zadania problemowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Realizacja kompletu zadań laboratoryjnych |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach laboratoryjnych jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z laboratorium 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Odrobienie zadań i projektów we własnym zakresie i przedstawienie ich prowadzącemu. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Nie określa się |
| **Zalecana literatura:** | Podstawowa:   1. Roland Zimek, *ABC CorelDRAW 2018 PL*, Helion Gliwice 2019 2. Andrew Faulkner, Conrad Chavez, *Adobe Photoshop PL. Oficjalny podręcznik. Edycja 2020 (ebook),* Helion 2021     Uzupełniająca:  Błażej Witkowski, *GIMP. Poznaj świat grafiki komputerowej,* (ebook) Helion 2019 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Teoria mediów C4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Theories of media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | Stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Podstawowe definicje i klasyfikacje mediów, historyczny rozwój mediów i zależność tego procesu od przemian społecznych, refleksja teoretyczna nad rolą mediów | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godz. Wykładu semestr 1 | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C4\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych. Odnosi poznane teorie do otoczenia społecznego, stosuje je w celu klasyfikacji, interpretacji i opisu rzeczywistości. | | | MI\_W02 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_W02 | Zależność między medium użytym w komunikacji marketingowej a otoczeniem społecznym, co pozwala mu realizować skutecznie cele zawodowe | | | MI\_W03 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_W03 | informacje na temat teoretycznych aspektów funkcjonowania mediów, społeczeństwa informacyjnego oraz kultury masowej, tak aby zwiększać świadomość własnej uczestnictwa w kulturze oraz krytycznie ustosunkowywać się do roli zawodowej. | | | MI\_U01 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_W04 | terminologią właściwą dla teorii mediów, ze szczególnym uwzględnieniem teorii stosowanych do zrozumienia podstaw teoretycznych działalności zawodowej. | | | MI\_U04 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_U01 | Odnajdywać argumenty teoretyczne oraz zjawiska podważające wybrane propozycje teoretyczne, określać zakres stosowania terminologii i teorii w celu wykrycia manipulacyjnych zastosowań teorii. | | | MI\_U05 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_U02 | Dostrzegać niezwykłe tempo przemian technologicznych i społecznych wraz z towarzyszącą im koniecznością budowania nowych modeli teoretycznych odnoszących się do świata mediów. | | | MI\_U08 | wykład | | Referat  Egzamin końcowy | |
| C4\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnością oceny adekwatności własnych przekonań względem środowiska społecznego i zawodowego. Aktywnie podejmuje próby zrozumienia rzeczywistości medialnej i swej w nich roli. | | | MI\_K01 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| C4\_K02 | Aktywnego działania na rzecz rozwoju świadomości oddziałania mediów na procesy społeczne | | | MI\_K02 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| C4\_K03 | Konsekwencje społeczne oddziaływania mediów, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji marketingowej i społecznej. | | | MI\_K04 | wykład | | Referat  Informacja zwrotna | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład    **w sumie:**  ECTS | | | 30    **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie referatu  **w sumie:**  ECTS | | | 10  15  **25**  **0,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | **-** | | | **-** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Problem mediów jako problem cywilizacji i kultury – genealogia pojęcia 2. Krytyka pisma – Platon, 3. Oralność i piśmienność – W.J. Ong 4. Alfabet jako technologia 5. Galaktyka Guttenberga 6. Radio – gorące medium 7. Fotografia i ruchome obrazy 8. Prasa – tłum – opinia publiczna 9. Determinizm materialistyczny, czyli społeczeństwo jako dziecko maszyny parowej. 10. Agonia realności (Jean Baudrillard) 11. Teoria długiego ogona i marketing internetowy. 12. Wiek dostępu – przemiany własności 13. Przyjaźń z maszynami – informatyka afektywna 14. Trzecia fala – wioska internetowa 15. Bańki informacyjne – clustering 16. Społeczeństwo informacyjne – projekt, stan i ryzyko. 17. Zbiorowa inteligencja – społeczeństwo współpracy. 18. Pokolenia społeczeństwa informacyjnego – prekaryzacja. 19. Społeczny/probabilistyczny model wiedzy. 20. Prywatne i publiczne w dobie Social Mediów | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład interaktywny, dyskusja problemowa, analiza i interpretacja tekstu źródłowego, prezentacja multimedialna | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Semestr pierwszy zaliczany na podstawie referatu dotyczącego historycznych aspektów narodzin nowych mediów oraz teorii społecznych z nimi związanych. | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Wynik testu decyduje o ocenie końcowej. | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Nieobecności można odrabiać na dyżurze poprzez udowodnienie znajomości realizowanych treści. | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. D. Mersch, *Teorie mediów*, tłum. E. Krauss, Warszawa 2010. 2. M. Wszołek, *Teorie komunikacji i mediów*, Libron, Warszawa 2017. 3. T. Goban-Klas, *Cywilizacja medialna*, WSiP, Warszawa 2005. 4. T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, PWN, Warszawa 2017. 5. John B. Thompson, *Media i nowoczesność. Społeczna teoria mediów*, Astrum, Warszawa 2001. 6. M. Drożdż*, Media. Teorie i fikcje*, Jedność, Warszawa 2019. 7. [Media](http://bg.pwsz.krosno.pl/?bc&sID=0&lTyp=1&let=Media), red. E. Banaszkiewicz-Zygmunt , PWN, Warszawa 2000. 8. W. Pisarek, *Wstęp do nauki o komunikowaniu*, Wydawnictwa akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2008. 9. Nowe Media w komunikacji społecznej w XX wieku, red. M. Hopfinger, W-wa 2005. | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Projektowanie graficzne C5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Graphic design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1,2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Tworzenie funkcjonalnych projektów graficznych z uwzględnieniem zasad i potrzeb marketingu internetowego | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykład 15 h,  ćwiczenia projektowe 15 h sem. 1 +20h sem.2 | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C5\_K01 | techniczne uwarunkowania i zasady związanych z komputerowym przetwarzaniem plików graficznych | | MI\_W05 | Wykład | | Kolokwium | |
| C5\_W01 | zasady projektowania graficznego i grafiki użytkowej, a także relacje między funkcjonalnością projektu a jego estetyką | | MI\_W05 | Wykład | | Kolokwium | |
| C5\_U01 | Wykonywać różnorodne projekty graficzne na użytek marketingu internetowego ze szczególnym uwzględnieniem powiązania koncepcji graficznej z treścią komunikatu marketingowego | | MI\_U02 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| C5\_U02 | zastosować profesjonalne oprogramowanie graficzne do realizacji zadań projektowych | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| C5\_U03 | posługiwać się fachową terminologią z zakresu komunikacji wizualnej, brand marketingu i designu | | MI\_U04 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| C5\_U04 | korzystać z różnorodnych możliwości technicznych i technologicznych, (w tym również sprzętowych) wdrażać je w swoich projektach | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| C5\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, poznawania nowych sposobów tworzenia projektów graficznych; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K03 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| C5\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia projektowe | | Ocena projektów | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 5 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład: 15,  Ćwiczenia projektowe: 30  **w sumie:**  ECTS | | | 15  35  **50**  **2,0** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Lektura materiałów teoretycznych  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 25  50  **75**  **3,0** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia projektowe  Lektura materiałów teoretycznych  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 35  25  50  **110**  **4,4** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykład:**  Zasady technicznego przygotowania projektów graficznych, formaty grafiki i ich zastosowanie, kompresja danych.  Podstawy wiedzy o barwach, atrybuty barw, addytywne i subtraktywne przestrzenie barw. Rozdzielczość obrazu: właściwości pikseli, rodzaje rozdzielczości, interpolacja, zmiana wielkości obrazu i metody ponownego próbkowania, ustalanie rozdzielczości obrazu  Zasady projektowania grafiki na użytek mediów tradycyjnych i elektronicznych, kompozycja graficzna,  **Laboratorium:**  Projekt elementów systemu identyfikacji wizualnej.  Projektowanie grafiki reklamowej, projekt baneru internetowego o charakterze informacyjno-reklamowym, projekt kampanii reklamowej produktu w internecie.  Projekty grafiki do social media  Projektowanie grafiki serwisu internetowego. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład: wykład informacyjny, pokaz praktyczny,  Laboratorium: zadania problemowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Realizacja kompletu zadań laboratoryjnych |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach laboratoryjnych jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocena z laboratorium 100% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Odrobienie zadań i projektów we własnym zakresie i przedstawienie ich prowadzącemu. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Nie określa się |
| **Zalecana literatura:** | **Literatura podstawowa**   1. David Dabner, Eric Zempol, Stewart Sandra, Szkoła projektowania graficznego. Zasady i praktyka, nowe programy i technologie, Arkady 2019   **Literatura uzupełniająca**   1. Anna Benicewicz-Miazga, Grafika w biznesie. Projektowanie elementów tożsamości wizualnej - logotypy, wizytówki oraz papier firmowy, wydanie II, Helion, Gliwice 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Tworzenie treści reklamowych C6 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Creating advertising content |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Znajomość rodzajów treści i opracowań haseł reklamowych oraz treści pisanych na stronach internetowych. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń projektowe | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C6\_W01 | Zna rodzaje treści pisanych na stronach internetowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C6\_U01 | Umie opracować hasło reklamowe | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C6\_U02 | Umie napisać wpis na blogu | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C6\_U03 | Umie stworzyć treści z zastosowaniem w Linkbuildingu | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C6\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C6\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca  **w sumie:**  ECTS | | | 35  10  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia  Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 30  35  **65**  **2,6** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Rodzaje treści * Opracowanie haseł reklamowych * Jak tworzyć treści, które sprzedają * Pisanie treści na strony internetowe * Treść na sklepy internetowe * Opisy kategorii i produktów * Treść na stronę główną, * Treść na podstronę “o nas” * Wpisy blogowe * Artykuły specjalistyczne, poradniki, * Tworzenie treści z zastosowaniem w Linkbuildingu * Jak pisać posty w Social Mediach |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Obecność na zajęciach - 30%  Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) - 35%  Kolokwium końcowe - 45%  10 pytań (zamkniętych i rozbudowanych otwartych) |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa.  Zasady tworzenia i optymalizacji treści jest podstawą w realizacji efektownych działa marketingu internetowego. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Elementy zarządzania informacją i komunikacją w przedsiębiorstwie*, Zbigniew Martyniak (red.), Kraków 1997. 2. Jill Dyche, *CRM. Relacje z klientami,* Helion, Gliwice 2002 3. Bartosz Deszczyński, *CRM i strategia system zarządzanie zmianą*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. 4. Chris Brogan, *Google+ dla biznesu. Opanuj nowy kanał kontaktów z klientami,* One Press / Helion, Gliwice 2012. 5. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce*, Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. 6. Newell Frederick, *Zarządzanie relacjami z klientami w nowej erze marketingu internetowego,* IFC Press, Warszawa 2002. 7. Maciej Mitręga, *Marketing relacji - teoria i praktyka*, CEDEWU, Warszawa 2018. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Badania marketingowe C7 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Marketing Research |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| W ramach przedmiotu studenci poznają problematykę narzędzi stosowanych w badaniach marketingowych (w tym o zasadach budowy kwestionariusza ankiety jako podstawowego narzędzia badawczego) przygotowującej do samodzielnego przeprowadzania badań marketingowych oraz do korzystania z literatury przedmiotu w zakresie konkretnej problematyki, a także doskonalenie umiejętności i kompetencji w zakresie współpracy w zespole badawczym | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15 godzin wykładu i 30 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| C7\_W01 | Posiada wiedzę dotyczącą podstawowych koncepcji i stanowisk teoretycznych występujących w badaniach marketingowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia Wykład | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C7\_W02 | Zna i rozumie główne cele oraz funkcje i determinanty badań marketingowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia Wykład | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C7\_W03 | Zna kryteria klasyfikacji oraz podstawowe typy badań marketingowych | | MI\_W03 | Ćwiczenia Wykład | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C7\_W04 | Ma wiedzę dotyczącą etapów badań marketingowych i procesu budowy narzędzia badawczego | | MI\_W03 | Ćwiczenia Wykład | Kolokwium /  Egzamin | | |
| C7\_U01 | Opracowuje i przeprowadza syntetyczną prezentację dotyczącą wybranego aspektu badań marketingowych. | | MI\_U02  MI\_U04 | Ćwiczenia | Referat z prezentacją | | |
| C7\_U02 | Potrafi poprawnie zaprojektować i zrealizować badanie marketingowe, w tym skonstruować narzędzie badawcze i opracować wyniki. | | MI\_U02  MI\_U03  MI\_U04 | Ćwiczenia | Projekt grupowy | | |
| C7\_U03 | Potrafi poprawnie opracować (analitycznie i interpretacyjnie) raport z badań marketingowych | | MI\_U02  MI\_U03  MI\_U04 | Ćwiczenia | Projekt grupowy | | |
| C7\_K01 | Efektywnie współpracuje w grupie w celu osiągnięcia założonego celu jakim jest przeprowadzenie badania. | | MI\_K02  MI\_K03  MI\_K04 | Ćwiczenia | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach, kiedy są wykonywane. | | |
| C7\_K02 | Student jest gotów do ochrony interesów respondentów w zakresie etyki badawczej | | MI\_K01  MI\_K04 | Ćwiczenia | Na podstawie obserwacji aktywności studentów przy realizowanych projektach oraz obecności na ćwiczeniach, kiedy są wykonywane. | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 4 | | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  30  **45**  **1,8** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie projektu  Przygotowanie i realizacja badania marketingowego  Przygotowanie do egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20  15  10  **55**  **2,2** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie projektu  Przygotowanie i realizacja badania marketingowego  **w sumie:**  ECTS | | | | 30  10  20  15  **75**  **3,0** |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Wykłady:**  Wprowadzenie. Pojęcie, funkcje i rodzaje badań naukowych.  Zakres i obszar badań marketingowych.  Cele realizacji badań marketingowych.  Etapy badań marketingowych.  Badania marketingowe wtórne i pierwotne.  Źródła i analiza danych w badaniach wtórnych.  Metody i techniki gromadzenia danych pierwotnych.  Planowanie i realizacja badań marketingowych.  Zasady opracowywania raportu z badań.  Etyczne aspekty badań marketingowych.  **Ćwiczenia:**  Opracowanie projektu badania marketingowego z danych pierwotnych.  Wybór metody zebrania danych.  Opracowanie kwestionariusza ankiety badawczej.  Przeprowadzenie badania marketingowego.  Przeprowadzanie analizy danych wtórnych.  Opracowanie raportu z badań wtórnych oraz pierwotnych.  Kolokwium zaliczeniowe. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład: Wykład konwersacyjny. Wykład problemowy. Prezentacja z wykorzystaniem multimediów.  Ćwiczenia projektowe obejmują dyskusję moderowaną, analizę i interpretację tekstów źródłowych, rozwiązywanie zadań, analizę studium przypadku, referaty studentów oraz zespołową pracę w podgrupach |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | **Zaliczenie ćwiczeń:**   * 1. Pisemny test wyboru składające się z kilkunastu pytań zamkniętych, głównie dotyczących rozumienia i zastosowania pojęć związanych z badaniami marketingowymi oraz zasad przygotowania i realizacji projektu badawczego w obszarze badań marketingowych. Warunkiem zaliczenia kolokwium jest uzyskanie minimum 55% punktów [waga oceny 0,25].   2. Ocena z zakresu i stylu prezentacji referatu [waga oceny 0,25]   3. Ocena z przygotowania projektu badań marketingowych [średnia z ocen cząstkowych \* waga oceny 0,2] * opracowanie pytań do kwestionariusza ankiety * realizacja badania * przygotowanie bazy danych do analizy danych empirycznych z wykorzystaniem programu MS Excel * obliczenia danych empirycznych   1. Opracowanie raportu z badań pierwotnych [waga oceny 0,25]   2. Aktywność na zajęciach [waga oceny 0,05]   **Ocena z ćwiczeń** = 25% średnia ocena za referat z prezentacją + 25% ocena z kolokwium + 20% ocena z realizacji badania + 25% ocena z raportu z badania + 5% ocena za aktywność  **Zaliczenie egzaminu:**  Warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń.  Egzamin pisemny przeprowadzony w oparciu o test jednokrotnego wyboru z możliwością rozszerzenia o część opisową - **100%**  Student musi uzyskać ocenę pozytywną z każdej ocenianej aktywności w trakcie trwania semestru. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Jeśli student nie był obecny lub nie uczestniczył w stopniu zadowalającym w realizacji projektu otrzymuje za niego ocenę 0 (mnożnik 0), co w istotny sposób obniża średnią ocenę z projektów. Obecność i zaangażowanie studenta pozwalają zachować mu ocenę uzyskaną za realizację projektu (mnożnik 1) |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | **Ocena końcowa = 50% oceny z ćwiczeń projektowych + 50% oceny z egzaminu** |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Jeśli student nie był obecny na zajęciach musi samodzielnie opracować materiał, który był realizowany na zajęciach. Po jego przygotowaniu student zobowiązany jest do oddania go do sprawdzenia osobie prowadzącej ćwiczenia (w kontakcie bezpośrednim, wysłanie na adres e-mail lub przez platformę e-learning). |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. Kaczmarczyk S., Badania marketingowe. Podstawy metodyczne, PWE, Warszawa 2014 2. Mazurek-Łopacińska K., (red.), *Badania marketingowe. Teoria i praktyka,* PWN, Warszawa 2011 3. Maison D., *Jakościowe metody badań marketingowych. Jak zrozumieć konsumenta*, PWN, Warszawa 2010 4. Michalski E., *Marketing. Podręcznik akademicki*, PWN, Warszawa 2009. 5. Pfaff D., *Badania rynku. Jak pozyskiwać najistotniejsze dla firmy informacje marketingowe*, BC Edukacja, Warszawa 2010 6. Wayne L. Winston, *Analiza marketingowa. Praktyczne techniki z wykorzystaniem analizy danych i narzędzi Excela*, Helion, Gliwice 2020. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Promocja marki C8 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Brand marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kanały marketingowe, identyfikacja wizualna marki, logotyp | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 15 godzin wykładów, 15 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| C8\_W01 | W zaawansowanym stopniu zna teorie z zakresu marketingu marki. | | | MI\_W03 | wykład | | Zaliczenie pisemne | | |
| C8\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem wizerunku marki. | | | MI\_W04 | wykład | | Zaliczenie pisemne | | |
| C8\_W03 | Podstawowe zasady ochrony własności intelektualnej, szczególnie w zakresie przestrzegania praw zastrzeżonych i wizerunku. | | | MI\_W06 | wykład | | Zaliczenie pisemne | | |
| C8\_U01 | Samodzielnie zaprojektować logotyp oraz strategię wizerunkową marki. | | | MI\_U02 | ćwiczenia | | projekt | | |
| C8\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu brand marketingu. Komunikuje się z członkami zespołu w sposób profesjonalny. | | | MI\_U04 | ćwiczenia | | projekt | | |
| C8\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | | MI\_K01 | ćwiczenia | | projekt/  obserwacja | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  30  1,3 | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Lektura poradników i stron www  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 20  23  **43**  **1,7** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | ćwiczenia  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 15  23  38  **1,5** | | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Wprowadzenie do przedmiotu, omówienie podstawowych zagadnień 2. Omówienie internetowych kanałów marketingowych służących budowaniu marki.    1. Strona www    2. Pozycjonowanie    3. Kampanie ppc    4. Social media    5. Content marketing    6. E-mail marketing    7. Wizytówka Google    8. Reklama wideo    9. Marketing szeptany    10. Serwisy ogłoszeniowe 3. Identyfikacja wizualna marki 4. Spójność przekazu 5. Rola i cechy dobrego logotypu | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie pracy projektowej i projektu końcowego | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Małgorzata Karpińska-Krakowiak, *Kapitał marki w mediach społecznościowych,* Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2019. 2. Jarosław Królewski, Paweł Sala*, E-marketing. Współczesne trendy Pakiet startowy,* PWN, Warszawa 2016. 3. Paweł Tkaczyk, *Zakamarki marki,* Helion*,* Gliwice 2017. 4. Katarzyna M. Staszyńska, *Marka, konsument, badacz*, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 5. Szczepański Jarek, *Złota strategia marki*, One Press, Gliwice 2018. 6. Donald Miller, *Model StoryBrand. Zbuduj skuteczny przekaz dla swojej marki,* mt biznes, Warszawa 2018. 7. Laura Ries, Al Ries, *Wizualny młotek. Jak wbić do głowy przekaz marki dzięki emocjonalnej sile obrazu*, Helion, Gliwice 2016. | | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy projektowania stron internetowych C9 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fundaments of webpage building |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 8 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Podstawy CSS, HTML, WordPress, Joomla | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin wykładów  60 godzin warsztatów laboratoryjnych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C9\_W01 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z tworzeniem stron internetowych, w tym szczególnie Oparte o HTML i CSS języki tworzenia witryn, a także blogów Joomla i WordPress. | | | MI\_W05 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące sprzętu, oprogramowania, zapotrzebowania klienta oraz użytkownika strony internetowej. | | | MI\_U01 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów stron internetowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | | MI\_U02 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U03 | Stosuje HTML i CSS oraz WordPress i Joomla do skutecznego komunikowania społecznego. | | | MI\_U03 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu projektowania stron WWW. Precyzyjnie informuje o swoich czynnościach innych członków zespołu. | | | MI\_U04 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U05 | Podejmując się wykonania projektu strony internetowej zorganizować zespół roboczy, uwzględnia kompetencje i indywidualne uzdolnienia członków | | | MI\_U07 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_U06 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania stron internetowych, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | | MI\_U08 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania stron internetowych oraz ich funkcjonalności, poszukiwania wsparcia ekspertów | | | MI\_K01 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| C9\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz | | | MI\_K03 | Warsztaty laboratoryjne | | Prace zaliczeniowe Test zaliczeniowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **8** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | wykład  Ćwiczenia laboratoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | **30**  **60**  **90**  **3,7** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie własnego projektu strony  **w sumie:**  ECTS | | | 50  58  **108**  **4,3** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie własnego projektu strony  **w sumie:**  ECTS | | | 60  50  58  **168**  **7,6** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Planowanie serwisu (identyfikacja problemów i ograniczeń technicznych, praca zespołowa, nazywanie plików, korzystanie z adresów URL, struktura katalogów, diagram serwisu) 2. Planowanie nawigacji (tekstowe instrumenty nawigacyjne – odsyłacze graficzne) 3. Podstawy stosowania tabel 4. Szablony 5. Typografia (dostępne kroje, czytelność, podstawy CSS, style) 6. Grafika i kolor (formaty grafiki, źródła plików graficznych, wyświetlanie progresywne, wyrównanie tekstu i grafiki, dithering) 7. Ramki HTML (składnia ramek, planowanie zawartości ramek) 8. CSS i prezentacja dokumentu (kaskadowe arkusze stylu, prezentacja dokumentu, selektory, „dekoracje”, Kolory pierwszego planu i tła, model pojemnika, 9. Praca z multimediami (formaty plików audio i video, odtwarzacze, edycja plików audio i video, streaming, praca z YouTube) 10. Silnik WordPress (blog na WordPress, zarządzenia kontem, design bloga, dodawanie motywów i wtyczek, personalizacja, ekosystem Gutenberga) | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie projektu, prezentacji, testu zaliczeniowego | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Test zaliczeniowy – 50%  Prace w systemie E-student – 30%  Aktywna obecność – 20% | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidulnie na konsultacjach | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Laura Lemay, *HTML i XHTML dla każdeg*o, Helion, Gliwice 2004. 2. Joel Sklar, *Zasady tworzenia stron WWW,* WydawnictwoRM, Warszawa 2001. 3. Mark Bell, *Darmowe sposoby na tworzenie profesjonalnych stron WWW*, Helion, Gliwice 2013. 4. Jennifer Niererst Robbins, *Projektowanie stron internetowych. Przewodnik dla początkujących webmasterów*, Helion, Gliwice 2007. 5. Tricia Austin, Richard Doust, *Projektowanie dla nowych mediów,* PWN, Warszawa 2008. 6. Ric Shreves, *Joomla! Biblia*, wyd II, Helion, Gliwice 2013. 7. Keith J.Grant, *CSS od podszewki*, Helion, Gliwice 2019. 8. Paweł Wimmer, *WordPress 5. Rewolucja Gutenberga*, Helion, Gliwice 2019. 9. Scott Wilson, *WordPress dla małych firm. Proste strategie tworzenia dynamicznych witryn WWW*, Helion, Gliwice 2017. 10. Agnieszka Ciborowska, Jarosław Lipiński, *WordPress 5 dla początkującyc*h, Helion, Gliwice 2019. | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do mediów społecznościowych C10 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to social media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 5 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2, 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Uzyskanie podstawowych informacji na temat mediów społecznościowych i narzędzi komunikowania w nowych mediach, znajomość przydatności mediów społecznościowych w marketingu, kreowaniu wizerunku, w reklamie i polityce. Nabycie świadomości zagrożeń związanych z komunikacją w mediach społecznościowych. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład – 15h, ćwiczenia projektowe – 15h studia stacjonarne (semestr 2) Wykład – 15h, ćwiczenia projektowe – 15h studia stacjonarne (semestr 3) | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C10\_W01 | Student zna definicję mediów społecznościowych, ich funkcje i typy | | MI\_W02  MI\_W03 | wykład | | kolokwium zaliczeniowe | |
| C10\_W02 | Rozpoznaje i zna zastosowanie poszczególnych instrumentów do tworzenia, zarządzania i monitorowania treści w mediach społecznościowych | | MI\_W04  MI\_W05 | wykład | | kolokwium zaliczeniowe | |
| C10\_U01 | Student potrafi dokonywać analizy mediów społecznościowych pod kątem celów i funkcji, | | MI\_U01  MI\_U02 | ćwiczenia projektowe | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| C10\_U02 | Student umie dobrać odpowiednie kanały komunikowania z wykorzystaniem mediów społecznościowych, | | MI\_U03  MI\_U08 | ćwiczenia projektowe | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| C10\_U03 | student potrafi wykorzystać media społecznościowe do strategii promocyjnych | | MI\_U04  MI\_U07 | ćwiczenia projektowe | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| C10\_K01 | obiektywnie i krytycznie oceniać efekty pracy własnej i innych,  jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej | | MI\_K02 | ćwiczenia projektowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| C10\_K02 | student jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej | | MI\_K04 | ćwiczenia projektowe | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 5 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  30  **60**  **2,4** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  Przygotowanie do kolokwium  **w sumie:**  ECTS | | | 65  30  **65**  **2,6** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach projektowych  Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 30  65  95  **3,8** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Wykład:**  Media społecznościowe – definicja, powstanie i ewolucja.  Rodzaje mediów społecznościowych.  Funkcje i cele mediów społecznościowych.  Skuteczność komunikacji w mediach społecznościowych.  Narzędzia komunikowania w mediach społecznościowych. Instrumenty do tworzenia, zarządzania i monitorowania treści w mediach społecznościowych.  **Ćwiczenia:**  Facebook – narzędzia do tworzenia i zarządzania treścią.  Facebook – zasady realizacji kampanii informacyjno-promocyjnych.  Wizualizacja przekazu – Instagram i inne media społecznościowe preferujące obraz zamiast tekstu w przekazach.  YT oraz Vimeo – tworzenie i dystrybucja treści wideo.  Narzędzia do monitoringu i badania skuteczności działań w social mediach. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | ćwiczenia projektowe, projekty, kolokwium zaliczeniowe | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. J. van Dijk, *Społeczne aspekty nowych mediów: analiza społeczeństwa sieci,* PWN, Warszawa 2010. 2. A. Podlaski, *Marketing społecznościowy. Tajniki skutecznej promocji w social media*, Gliwice 2011. 3. M. Sadowski, *Rewolucja social media*, Gliwice 2013. 4. Żukowski, M., 2016, Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw, OnePress. 5. Miotk, A., 2013, Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty, OnePress. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Perswazja w sprzedaży C11 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Persuasion on sale |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | Od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Poznanie skutecznych technik sprzedaży bezpośredniej, manipulacji, języka emocji, technik copywritingu, metod zakotwiczania związanego ze sprzedażą ukrytą oraz budowy lejków sprzedażowych aby lepiej zrozumieli ścieżkę zakupową klienta. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin warsztatów | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | | |
| C11\_W01 | W zaawansowanym stopniu zna techniki sprzedaży, manipulacji, technik copywriting | | MI\_W03 | warsztaty | | Zaliczenie pisemne | | |
| C11\_W02 | W zaawansowanym stopniu metody związane ze sprzedażą ukrytą | | MI\_W04 | warsztaty | | Zaliczenie pisemne | | |
| C11\_U01 | Samodzielnie zaprojektować logotyp oraz strategię wizerunkową marki. | | MI\_U02 | warsztaty | | Zaliczenie pisemne | | |
| C11\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu brand marketingu. Komunikuje się z członkami zespołu w sposób profesjonalny. | | MI\_U04 | warsztaty | | Zaliczenie pisemne | | |
| C11\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | warsztaty | | Zaliczenie pisemne | | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | warsztaty  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do warsztatów  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  **45**  **1,8** | | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Praktyczne przygotowanie do warsztatów  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  **45**  **1,8** | | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1.Perswazja – definicje. Odmiany perswazji.  2.Reguły wpływu społecznego w różnych ujęciach.  3.Retoryka jako sztuka przekonywania. Tropy i figury retoryczne.  4.Wystąpienia publiczne o charakterze perswazyjnym.  5.Argumentacja w procesie przekonywania. Model szans  rozpracowania przekazu.   1. Akty mowy. Rytuały językowe i skonwencjonalizowane akty   zachowań niewerbalnych w relacjach interpersonalnych.  Analiza transakcyjna.  6. Słowa i obrazy na sprzedaż. Perswazja w komunikacji marketingowej.  7. Perswazja w systemie komunikowania marketingowego. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie pracy projektowej i projektu końcowego |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | * + 1. Zatrwarnicka-Madura B., Perswazja w sprzedaży. Wyd. CeDeWu, 2017.     2. Hebrajska G., Perswazja i manipulacja w komunikacji. Wybrane zagadnienia, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź 2020.     3. Leary M., Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2017. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Public relations/ Public relations C12 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Public relations |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe pojęcia nauk o Public Relations, przygotowanie studentów do dbałości o pozytywny wizerunek własnej osoby, firmy, organizacji, otoczenia w którym funkcjonują. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15 wykładów  15 ćwiczeń | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C12\_W01 | Student zna i definicje, istotę i historię PR. | | MI\_W01 | wykład | | Egzamin | |
| C12\_W02 | W zaawansowanym stopniu zależności między identyfikuje narzędzia PR stosowane w poszczególnych obszarach PR | | MI\_W03 | wykład | | Egzamin | |
| C12\_W03 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia komunikatów kierowanych do publiczności w imieniu osób i organizacji. | | MI\_W04 | wykład | | Egzamin | |
| C12\_U01 | Student potrafi zbudować prostą kampanię PR | | MI\_U08 | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa | |
| C12\_U02 | Student umie zastosować podstawowe narzędzia PR | | MI\_U01 MI\_U03 | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa | |
| C12\_U03 | Posługiwać się terminologią opisującą procesy komunikacji i działalność PR | | MI\_U02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa | |
| C12\_K01 | Rozwijania swoich kompetencji komunikacyjnych, rozpoznawania barier w celu doskonalenia i poszukiwania własnej wiedzy i umiejętności | | MI\_K01 MI\_K04 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć | |
| C12\_K02 | Student stosuje zasady etycznego komunikowania | | MI\_K02 | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie do zajęć  **w sumie:**  ECTS | | | 25  20  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Analizy aktów, procesów i systemów komunikacji w czasie zajęć  Przygotowanie projektu,  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1.Publik relations – podstawowe definicje. 2. PR jako imagistyka społeczna – pozytywny wizerunek osoby w społeczeństwie. 3. Relacje z otoczeniem – klienci, mieszkańcy, pracownicy, członkowie organizacji i stowarzyszeń lokalnych. 4. Nauka i sztuka osiągania harmonii z otoczeniem – wzajemne porozumienie, funkcja informacji, perswazji, dostosowania się. 5. Relacje z mediami. 6. Identyfikacja wizualna firmy, osoby, produktu, usługi, reklama i promocja. 7. Organizacja imprez, spotkań (eventów). 8. E –PR- relacja z Glogerami.  Budowanie pozytywnego wizerunku firmy i pracodawcy. 11. Komunikowanie się, kontakty międzyludzkie jako podstawowa, klasyczna metoda relacji. 12. Wizyta studentów w biurze PR, reklamy i promocji. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Wykład multimedialny, analiza tekstu źródłowego, przeszukiwanie zasobów internetowych, analiza przypadka, dyskusja moderowana, |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Zaliczenie egzaminu i pracy projektowej |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność obowiązkowa |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Kolokwium zaliczeniowe 40%  Prace Projektowe i30%  Ocena aktywności 10%  Obecność 20% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *Public relations*, red. Przemysław Deszczyński, Wydawnictwo UEP, Poznań 2016. 2. Wojciech Budzyński, *Public relations. Wizerunek, reputacja, Tożsamość,* Poltekst, Warszawa 2018. 3. Anthony Davis, *Public relations,* tłum Grzegorz Dąbkowski, PWE, Warszawa 2007. 4. Krystyna Wójcik, *Public relations*. *Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydanie V, Oficyna Wolters Kluwer, Warszawa 2013. 5. Jerzy Szyfter, *Public Relations w Internecie*, Helion, Gliwice 2005. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Podstawy analityki internetowej C13 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fundamentals of analytics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują poznanie podstaw analityki internetowej, Polsce. Google Analytics | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 15 wykładów, 15h ćwiczeń projektowe | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C13\_W01 | Zna zasady tworzenia konta w Google Analytics | | | MI\_W05 | wykład | | Kolokwium | |
| C13\_W02 | Zna podstawowe pojęcia związane z analityką internetową | | | MI\_W05 | Wykład | | Kolokwium | |
| C13\_U01 | Potrafi tworzyć dynamiczne raporty i monitorować efekty z różnych kanałów marketingu internetowego w tym SEO, Social Media, ruch z odsyłaczy, wejścia bezpośrednie, newsletter i inne. | | | MI\_U03  MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt końcowy | |
| C13\_U02 | Potrafi sprawdzić:  - jaki kanał przyciąga na stronę najwięcej ludzi,  - z jakich urządzeń, systemów korzystają użytkownicy,  - zaangażowanie użytkowników na stronie (średni czas, liczba zdarzeń, rodzaj zdarzeń) | | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Karta pracy | |
| C13\_U03 | Potrafi sprawdzić:  - jakie słowa kluczowe wykorzystywane są do znalezienia strony w Google,  - jak wielki ruch pochodzi z wyszukiwarki  - jakie strony cieszą się największą popularnością w wyszukiwarce. | | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Karta pracy | |
| C13\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów. Przystąpił do kursu i uzyskał certyfikat Google Analytics 4 | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt końcowy, obserwacja studenta podczas zajęć, certyfikat GA4 | |
| C13\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca  **w sumie:**  ECTS | | | 30  15  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia projektowe  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  15  **60**  **2,4** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Wprowadzenie do Google Search Console   + Konfiguracja narzędzia   + Omówienie interfejsu   + Zasada działania narzędzia   + Podstawowe raporty Google Search Console   + Google Insights * Wprowadzenie do Google Tag Manager   + Konfiguracja Google Tag Manager i weryfikacja poprawności wdrożenia   + Omówienie interfejsu   + Struktura Google Tag Managera   + Tworzenie tagów, reguł i zmiennych   + Testowanie utworzonych tagów   + Przesyłanie kontenera z tagami * Wprowadzenie do Google Analytics 4   + Tworzenie konta w Google Analytics 4   + Omówienie interfejsu   + Implementacja tagu śledzenia w witrynie Internetowej   + Poprawna konfiguracja konta w Google Analytics 4   + Standardowych raportów   + Zdarzenia, konwersje, odbiorcy   + Eksplora–je - Raporty niestandardowe w GA4   + Rapo–ty - Raport dedykowany kampaniom Google Ads   + Modele atrybucji * Wprowadzenie do Google Looker Studio   + Omówienie interfejsu   + Tworzenie raportu w Looker Studio na podstawie danych  z GA4 * Wprowadzenie do Microsoft Clar–ty - Mapy ciepła, nagrywanie sesji * Analityka internetowa a RODO | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne, zajęcia warsztatowe z narzędziami | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego zajęć. Pytania sprawdzające i kolokwium. Zaliczenie przedmiotu na podstawie oceny z kolokwium oraz projektu końcowego. | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Średnia ważona:   * Obecność – 20% * Kolokwium – 30% * Projekt końcowy – 50% | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach, ustalane indywidualnie | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Kurs Google Analytics 4 Przemysława Modrzewski–go - <https://marketingmasters.pl/kurs/google-analytics-4-darmowy> 2. Dokumentacja Google    1. <https://support.google.com/webmasters>    2. <https://support.google.com/tagmanager>    3. <https://support.google.com/analytics>    4. <https://support.google.com/looker-studio> 3. Blog Agencji KS – <https://ks.pl/blog> | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji C14 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Visual aesthetics and editorial design |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawy projektowania publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem edycji elektronicznych, podstawy estetyki i komunikacji wizualnej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład 15 godz., ćwiczenia projektowe 30 godz. | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C14\_W01 | Student zna podstawowe pojęcia związane z estetyką, kompozycją, kolorem i typografią. Ma ogląd współczesnych technologii internetowych oraz ich tradycyjnych odpowiedników związanych z wymienionymi zagadnieniami | | MI\_W02 | wykład | | kolokwium zaliczeniowe | |
| C14\_W02 | Ma świadomość znaczenia elementów składowych komunikacji wizualnej oraz ich miejsca w konstrukcji spójnego przekazu | | MI\_W03 | wykład | |
| C14\_W03 | Ma świadomość znaczenia elementów składowych komunikacji wizualnej oraz ich miejsca w konstrukcji spójnego przekazu.  Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej. | | MI\_W06 | wykład | |
| C14\_U01 | Student potrafi świadomie komponować swoje projekty graficzne z elementów niosących ze sobą żądane znaczenia dbając o ich odpowiedni poziom estetyczny i semantyczny. | | MI\_U02 | ćwiczenia | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| C14\_U02 | Student potrafi samodzielnie korzystać z podstawowych narzędzi i technologii internetowych. | | MI\_U03 | ćwiczenia | | samodzielne projekty w ramach zajęć i prac domowych  kolokwium zaliczeniowe | |
| C14\_K01 | obiektywnie i krytycznie oceniać efekty pracy własnej | | MI\_K01 | ćwiczenia | | Samoocena studenta oraz informacja zwrotna | |
| C14\_K02 | Jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działa dla dobra wspólnego | | MI\_K02 | ćwiczenia | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 5  **5**  **0,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Realizacja samodzielnych projektów,  **w sumie:**  ECTS | | | 30  5  35  **1,4** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Przedstawienie zagadnień związanych z pojęciem estetyki w kontekście publikacji, a w szczególności publikacji elektronicznej. Omówienie problematyki kompozycji, koloru, symbolu, typografii i grafiki komputerowej z uwzględnieniem ich roli komunikacyjnej.  Samodzielna realizacja projektów wykorzystujących nabytą w toku wykładu wiedzę przy użyciu współczesnych technologii internetowych (HTML, CSS) ze wskazaniem dróg i środków dalszego samokształcenia. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia projektowe, projekty |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | ustalane indywidualnie |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 1. Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 40 pkt.  3. Kolokwium maks. 30 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalane indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | projektowanie graficzne, grafika komputerowa |
| **Zalecana literatura:** | Frutiger A., *Człowiek i jego znaki.* Wyd. D2D.pl, Warszawa 2022. Strzemiński W., *Teoria widzenia.* Wyd. Muzeum Sztuki w Łodzi, Łódź 2016.  Chwałowski R., *Typografia typowej książki.* Wyd. HELION*,* Warszawa 2002. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Komunikacja społeczna/ Social communication C15 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Social communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Celem kształcenia jest zapoznanie studentów z teorią dotyczącą komunikacji społecznej oraz uświadomienie problemów związanych z komunikowaniem się ludzi we współczesnym świecie. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15h wykładów  15h ćwiczeń | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| C15\_W01 | Student zna i rozumie wybrane, podstawowe teorie i modele komunikowania społecznego w obszarze marketingu internetowego | | | MI\_W01 | | wykład | | Egzamin |
| C15\_W02 | Student zna podstawową teorię dotyczącą rodzajów, typów, technik komunikacji.  W | | | MI\_W03 | | wykład | | Egzamin |
| C15\_W03 | zaawansowanym stopniu zależności między komunikacją społeczną i komunikacją marketingową. | | | MI\_W04 | | wykład | | Egzamin |
| C15\_U01 | Student charakteryzuje przykładowe typy komunikowania społecznego, uczestniczy w dyskusji, | | | MI\_U08 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa |
| C15\_U02 | Samodzielnie zdobywać informacje na temat rodzajów i narzędzi komunikacji społecznej przedsiębiorstwa lub organizacji, analizować je w celu oceny skuteczność komunikacyjnej | | | MI\_U01 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa |
| C15\_U03 | Stosować wiedzę na temat komunikacji społecznej, marketingowej w celu tworzenia skutecznych i profesjonalnych narzędzi komunikacyjnych, w tym szczególnie z wykorzystaniem technologii informatycznych i narzędzi internetowych | | | MI\_U03 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa |
| C15\_U04 | Wyciągać wnioski z obserwowanych procesów komunikacyjnych w przestrzeni publicznej w celu udoskonalenia systemu komunikacji marketingowej organizacji | | | MI\_U02 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Praca projektowa |
| C15\_K01 | Rozwijania swoich kompetencji komunikacyjnych, rozpoznawania barier w celu doskonalenia i poszukiwania własnej wiedzy i umiejętności | | | MI\_K01 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć |
| C15\_K02 | Budowania komunikacji społecznej z poszanowaniem zasad społecznej odpowiedzialności biznesu oraz z uwzględnieniem nadrzędnego interesu dobra wspólnego | | | MI\_K02 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć |
| C15\_K03 | W komunikacji społecznej i marketingowej posługuje się zasadami etycznymi, dba o reputację pracodawcy w komunikacji społecznej oraz w komunikacji wewnętrznej | | | MI\_K04 | | Ćwiczenia audytoryjne | | Ocena aktywności w czasie zajęć |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego  Przygotowanie do zajęć  **w sumie:**  ECTS | | | 10  8  **18**  **0,8** | |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia  Analizy aktów, procesów i systemów komunikacji w czasie zajęć  Uczestnictwo z dyskusji  **w sumie:**  ECTS | | | 15  10  10  **35**  **1,2** | |  | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1. Podstawowe, wybrane teorie komunikowania społecznego (koncepcje komunikacji i podejścia badawcze).  2. Wybrane modele komunikacji.  3. Pojęcie kompetencji komunikacyjnej; umiejętności komunikacyjne, cechy umiejętności, umiejętności trzonowe i cząstkowe.  4. Typy komunikowania (komunikowanie informacyjne i perswazyjne).  5. Rodzaje komunikacji (komunikacja werbalna i niewerbalna).  6. Metody i techniki komunikacji.  7. Bariery w komunikacji.  8. Komunikowanie masowe; techniki perswazyjne w komunikowaniu masowym.  9. Komunikowanie się w organizacjach.  10. Komunikowanie polityczne i publiczne – formy komunikowania publicznego, nadawca i odbiorca w komunikowaniu publicznym.  11. Komunikacja internetowa; media społeczności–we - definicje, cechy, typologie.  12. Negocjacje jako proces komunikacji – definicje pojęcia, fazy procesu negocjacji, style negocjacji, wybrane techniki negocjacji. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | analiza tekstów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, ćwiczenia przedmiotowe, metody e-learningowe | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie egzaminu i części ćwiczeniowej | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Egzamin 60%  Ocena z części ćwiczeniowej 40% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Mc Quail D.: Teoria komunikowania masowego. PWN, Warszawa 2022. 2. Sujak E.: ABC psychologii komunikacji. Wydawnictwo WAM, Kraków 2021. 3. Hajduk G. Zarządzanie komunikacją marketingową. Integra–ja - nowe media – outsourcing. Wyd. Poltext, Warszawa 2019. 4. Jan W. Wiktor. Komunikacja marketingowa. Modele, struktury, formy przekazu (eBook). Wyd. PWN. Warszawa 2013. 5. Śliwińska K., Pacut M. (red.), Narzędzia i techniki komunikacji marketingowej XXI wieku. Przykłady aplikacji w wybranych   organizacjach non-profit, Wolters Kluwer, Warszawa 2011   1. Batorski D., Filtrowanie społecznościowe w internecie – nowy sposób docierania do treści i jego konsekwencje, Studia   Medioznawcze nr 3(62)/2015; ss.43-[57;](C:\\Users\\Marysia\\Downloads\\57;http:\\c)  [http://c](C:\\Users\\Marysia\\Downloads\\57;http:\\c)ejsh.icm.edu.pl/cejsh/element/bwmeta1.element.desklight-3f38c7c9-d016- 4ed8-  b9d0-90ed562dc96b/c/batorski.pdf   1. Kreft J., Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i Facebooka, WUJ, Kraków 2019 | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Sztuczna inteligencja w marketingu C16 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Artificial intelligence in marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Opanowanie przez studentów podstawowych koncepcji, metod i algorytmów dotyczących podstaw sztucznej inteligencji wykorzystywanych w branży marketingowej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 15 godzin – wykład | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| C16\_W01 | Ma wiedzę zakresie podstawowych koncepcji i metod sztucznej inteligencji | | | MI\_W04  MI\_W05 | | wykład | Sprawdzian wiedzy |
| C16\_W02 | Wie jakie metody i algorytmy sztucznej inteligencji stosowane są w marketingu internetowym | | | MI\_W06 | | wykład | Sprawdzian wiedzy |
| C16\_U01 | Potrafi dobierać efektywne metody sztucznej inteligencji do rozwiązywania problemów z branży e-marketingowej | | | MI\_U01  MI\_U03  MI\_U04  MI\_U03 | | wykład | Sprawdzian wiedzy |
| C16\_K02 | Przestrzega zasad etyki w przestrzeni internetu. | | | MI\_K04  MI\_K01 | | wykład | Udział w zajęciach  Obserwacja |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do zaliczenia końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | - | | | - | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Sztuczna inteligencja jako narzędzie wspomagające pracę marketera online.  Jak, kiedy i do jakich celów wykorzystywać dane narzędzia.  Jak nauczyć oprogramowanie właściwych działań?  Grafika generowana za pomocą sztucznej inteligencji.  Montaż wideo oraz przeróbka istniejących treści.  Grafika reklamowa generowana na podstawie grafik konkurencji.  Treści generowane za pomocą sztucznej inteligencji.  Tworzenie ebooków, stron oraz materiałów sprzedażowo – marketingowych.  Analiza działań klienta za pomocą sztucznej inteligencji.  Analiza konkurencji za pomocą sztucznej inteligencji  Przygotowatrategiitegi na podstawie działań konkurencji z wykorzystaniem sztucznej inteligencji. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Brak | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Średnia ważona:   * Obecność na zajęciach: 50% * Sprawdzian wiedzy 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | [Roetzer](https://www.empik.com/ksiazki-obcojezyczne/books/literature-fiction/other,20210107,s?author=paul+roetzer" \o "Paul Roetzer) P., [Kaput](https://www.empik.com/ksiazki-obcojezyczne/books/literature-fiction/other,20210107,s?author=mike+kaput) M. 2022. Marketing Artificial Intelligence: AI, Marketing, and the Future of Business. Wyd. BenBella Books.AI-Powered Marketing. The Future of Digital Advertising. 2023. Wyd. Blurb.Praca zbiorowa. AI i kreatywność w marketingu. 2023. Wyd. Grupa Marketer.Błażewicz G. 2016. Rewolucja z Marketing Automation. Wyd. PWN, Warszawa.Dejnaka A. (redakcja naukowa)., 2019. Marketing mobilny. Wyd. Difin, Warszawa. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej C17 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Storytelling and stereotypes in marketing communication |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Nowoczesne metody marketingowe, polegające na zaintrygowaniu i tworzeniu więzi z klientem-odbiorcą, budowanie marki firmy i wyrobu, skutecznej reklPolsce itp., dzięki umiejętnościom narracyjnym, sztuce podnoszenia konkurencyjności i atrakcyjności oferty przez tworzenie „opowieści” o charakterze filmowym – z wykorzystaniem wiedzy o stereotypowym postrzeganiu rzeczywistości przez człowieka – uczestnika językowo-kulturowego obrazu świata i systemu wartości. Przedmiot, zajmujący się stricte komunikacją perswazyjną w dziedzinie biznesowej, ma wybitnie charakter praktyczny, polegający na rozwijaniu własnych intuicyjnych kompetencji studenta w tej dziedzinie przez przyswojenie pewnych schematów narracyjnych, topiki, nawiązywania i podtrzymywania kontaktu, jednania sobie życzliwości słuchaczy, ich zainteresowania osobą mówcy i uznania atrakcyjności jego oferty. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 10 godz. wykładów i 20 godz. ćwiczeń projektowych | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C17\_W01 | Ma uporządkowaną, użyteczną zawodowo, wiedzę z zakresu kreowania charakterystycznej opowieści (legendy) dotyczącej marki, jej produktu czy usługi; zna metody komunikacji w kontaktach biznesowych i marketingu narracyjnego, jak też zasady i strategie prowadzenia rozmowy handlowej oraz podstawy semantyki i psychologii reklamy i PR. | | | MI\_W03  MI\_W05 | wykład | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych | |
| C17\_W02 | Zna w stopniu zaawansowanym reguły, schematy, modele tworzenia atrakcyjnej, przekonywającej i spójnej historii o danej firmie wyróżniającej ją i jej produkty. Zna sposoby komunikacji społecznej obowiązujące w sferze biznesowej; zna techniki autoprezentacji i zasady etykiety biznesowej. | | | MI\_W03  MI\_W04 | wykład | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych | |
| C17\_W03 | Ma wiedzę na temat podstaw językowego obrazu świata i stereotypowej, podatnej na mitologizację natury ludzkich obiegowych przekonań i systemu wartości. | | | MI\_W05  MI\_W04  MI\_W01 | wykład | | samodzielne prace w ramach zajęć i prac domowych  ćwiczenia słownikowe  analizy grupowe wybranych tekstów reklamowych | |
| C17\_W04 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej w zakresie odnoszącym się do tworzenia tekstów użytkowych w przestrzeni publicznej. | | | MI\_W06 | Wykład/ ćwiczenia | | Dyskusja | |
| C17\_U01 | Potrafi stworzyć poznanymi metodami i technikami storytellingu poprawny i przekonywający komunikat reklamowy. | | | MI\_U02  MI\_U03 | ćwiczenia | | samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych  dyskusja nad pracami autorstwa kolegów | |
| C17\_U02 | Umie z wykorzystaniem technologii informacyjnych i nowych mediów cyfrowych korzystać ze źródeł przydatnych w działaniach marketingowych i promocyjnych, jak też dokonywać wizualizacji przekazu reklamowego według założonego scenariusza (tzw. karty narracyjnej). | | | MI\_U03  MI\_U02 | ćwiczenia | | Samodzielne prace projektowe w ramach zajęć i prac domowych | |
| C17\_U03 | Potrafi, korzystając z nowych technologii i współczesnych mediów ocenić wartość komunikatu reklamowego i zaproponować konieczne zmiany, służące wizerunkowi firmy i jej produktu. | | | MI\_U04  MI\_U03 | ćwiczenia | | Dyskusja nad wybranymi przykładami storytellingu firm światowych | |
| C17\_U04 | Potrafi przekonywająco wypowiadać się i argumentować z wykorzystaniem nabytych sprawności językowych i komunikacyjnych, przestrzegając przy tym zasad kultury osobistej i kultury języka. | | | MI\_U05  MI\_U01 | ćwiczenia | | Prezentacja samodzielnej pracy projektowej w ramach zajęć i dyskusja nad nią.  Zaangażowanie podczas zajęć. | |
| C17\_K01 | Student jest zdolny do krytycznej i obiektywnej oceny swojej wiedzy i umiejętności, umie docenić potrzebę wolnorynkowej rywalizacji i gry oraz podnoszenia indywidualnych kompetencji zawodowych. | | | MI\_K01  MI\_K02 | ćwiczenia | | Zaangażowanie podczas zajęć | |
| C17\_K04 | Korzystając z nabytych umiejętności komunikacyjnych, jest gotów z etycznych pobudek bronić dobra wspólnego; poczuwa się do przestrzegania etyki zawodowej w przestrzeni komunikacyjnej Internetu i dyskursie handlowo-reklamowym; przestrzega standardów kultury wypowiedzi i kultury obejścia (etykiety ogólnej). | | | MI\_K04  MI\_K02 | ćwiczenia | | Dyskusja nad wybranymi aspektami własności intelektualnej w nowych mediach i etyki reklamy. | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykład  Ćwiczenia projektowe    **w sumie:**  ECTS | | | | 10  20    **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów    **w sumie:**  ECTS | | | | 20    **20**  **0,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  20  **40**  **1,6** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | Treści kształcenia:    1. Źródła narracyjnego dyskursu – jako użytecznej, zwykle fikcyjnej opowieści w starożytnej retoryce (Arystoteles i in.)  2. Podstawowe pojęcia storytellingu jako metody wpływania na wizerunek oraz sukces firmy i produktu.  4. Wielkie narracje – teoria archetypów i jej zastosowanie w tworzeniu tożsamości marki. (analiza wybranych marek: Apple, Illy, Levis)  5. Powiązanie technik narracyjnych z wizją, misją i strategią marki.  6. Małe narracje – jak opowiadać historie, by zyskać zaufanie i przekonać do siebie.  7. Opowieść o danych – horizontal flow / vertical flow  8. Konstrukcja prezentacji zgodnie z zasadą piramidy  9. Podstawowy schemat konstrukcji narracyjnej (sytuacja  problem  próby rozwiązania  rozwiązanie  zakończenie)  6. Schematy opowieści (opowieść o początku, opowieść drogi, technika pętli etc.)  5. Narzędzia marketingu narracyjnego. Rola stereotypów w kształtowaniu komunikatów narracji marketingowej (rodzina, matkaPolscelka itp.). | | | | | |
|  | | | **Metody i techniki kształcenia:** –Podająće - wykład, dyskusja, prezentacje indywidualne, konwersatorium problemowe, pokaz; kolokwia cząstkowe (znajomość lektur), kolokwium zaliczeniowe | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Końcowe zaliczenie i ocena wynikają z dostarczonych w systemie e-student prac cząstkowych. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Prace w e-studencie (% punktów):  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Samodzielna praca z zaleconą literaturą, zaliczenie znajomości danych zagadnień na dyżurach konsultacyjnych. Szczegóły będą ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. P. Tkaczyk, *Narratologia*, Warszawa 2017. 2. M. Górska, *Visual Storytelling*, Warszawa 1919. 3. M. Stączek Marek, *Storytelling*, Warszawa 2014. 4. Filarski Krzysztof, *Storytelling inspiracyjny*, Warszawa 2017. 5. Cole Nussbaumer Cnaflic, *Storytelling danych. Poradnik wizualizacji danych dla profesjonalistów*, Warszawa 2019. 6. J. Bartmiński, *Stereotypy mieszkają w języku*, Lublin 2007 7. J. Bartmiński, *Językowe podstawy obrazu świata*, Lublin 2006. 8. E. Mistewicz, Marketing narracyjny, Warszawa 2004. 9. D. Norris, Storytelling (nie tylko) w biznesie, Warszawa 2021. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Wprowadzenie do pozycjonowania stron C18 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Introduction to website positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Poznanie istotny i celów pozycjonowania stron. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin – ćwiczenia | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C18\_W01 | Zna zasady działania wyszukiwarki internetowej na przykładzie wyszukiwarki Google | | | MI\_W05 | | ćwiczenia | Kolokwium |
| C18\_W02 | Zna czynniki, które wpływają na pozycję strony w wynikach wyszukiwania | | | MI\_W05 | | ćwiczenia | Kolokwium |
| C18\_U01 | Potrafi zbudować listę słów kluczowych, na które należy pozycjonować stronę | | | MI\_W05 | | ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U02 | Potrafi tworzyć adresy URL i meta tagi zgodnie z dobrymi praktykami | | | MI\_U03 | | ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U03 | Potrafi rozbudować linkowanie wewnętrzne na stronie | | | MI\_U03 | | ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_U04 | Potrafi przygotować proste dane strukturalne dla firmy lokalnej | | | MI\_U03 | | ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy |
| C18\_K01 | Jest gotów do krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów analizy komunikacji marketingowej oraz zwiększania jej skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | | MI\_K01 | | ćwiczenia projektowe | Projekt końcowy, obserwacja studenta na zajęciach |
| C18\_K02 | Przestrzega zasad etyki w przestrzeni internetu. | | | MI\_K04 | | ćwiczenia projektowe | Dyskusja nad etycznymi aspektami pozycjonowanie |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do zaliczenia końcowego  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** | |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w zajęciach  Samokształcenie  **w sumie:**  ECTS | | | 30  15  **45**  **1,8** | |  | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Co to jest pozycjonowanie stron i dlaczego warto zadbać o widoczność?  Sposoby monetaryzacja ruchu z wyszukiwarki.  Podstawowe pojęcia związane z SEO.  Pozycja w wynikach wyszukiwania a CRT  Operatory wyszukiwania  Jak działa wyszukiwarka internetowa?  Czynniki wpływające na widoczność w sieci  Systemy rankingowe Google  Słowa kluczowe w pozycjonowaniu  Meta tagi i ich rola w pozycjonowaniu  Architektura informacji w serwisie internetowym  Struktura treści  Budowa adresów URL  Linkowanie wewnętrzne  Optymalizacja obrazów  Dane strukturalne  Linkowanie zewnętrzne  Optymalizacja techniczna strony  Narzędzia stosowane w pozycjonowaniu stron | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacje multimedialne, Ćwiczenia projektowe | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Regularne kontrolowanie postępów studentów w ramach realizowanego zajęć. Pytania sprawdzające i krótkie zadania podczas ćwiczeń. Zaliczenie końcowe na podstawie kolokwium oraz projektu z zajęć. | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Średnia ważona:   * Obecność na zajęciach: 20% * Kolokwium: 30% * Projekt na zaliczenie: 50% | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Doku–entacja Google - <https://developers.google.com/search> 2. Poradnik SEO dla–początkujących - <https://ahrefs.com/seo> 3. Słownik p–jęć Agencji KS - <https://ks.pl/slownik> 4. –log Agencji KS - <https://ks.pl/blog> 5. Systemy ra–kingowe Google - <https://developers.google.com/search/docs/appearance/ranking-systems-guide> | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Obieg informacji oraz systemy CRM C19 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information management and CRM |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poznanie obiegu informacji w organizacji i w projekcie, narzędzia do zarządzania relacjami z klientami | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin ćwiczeń projektowe | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C19\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z klientem w oparciu o relacje oraz zasady komunikacji wewnętrznej w organizacji. | | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwiom | |
| C19\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją wewnątrz organizacji a także służące podtrzymaniu relacji z klientem. | | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | Kolokwium | |
| C19\_U01 | Stosuje narzędzia do wewnętrznego obiegu informacji Google Docs, Slack, Trello, Ryver, Basecamp oraz do skutecznego zarządzania relacjami z klientem (CRM) Bitrix24. | | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | Zaliczenie prac cząstkowych | |
| C19\_U03 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania relacjami z klientem oraz obiegu informacji wewnątrz przedsiębiorstwa. | | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | Zaliczenie prac cząstkowych | |
| C19\_U04 | Uczestniczyć efektywnie w obiegu informacji w organizacji, współpracuje z innymi członkami zespołu projektowego, posługując się informatycznymi systemami zarządzania relacjami oraz przesyłu informacji. | | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | Zaliczenie prac cząstkowych | |
| C19\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów | |
| C19\_K01 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów | |
| C19\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | Na podstawie obserwacji aktywności studentów | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | **30**  **1,2** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów (prac cząstkowych)  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów  Udział w ćwiczeniach  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **30**  **50**  **2,0** |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Omówienie systemu obiegu informacji w firmie * Wprowadzenie do narzędzi wymiany informacji (Google Docs, Slack, Trello, Ryver, Basecamp) * Organizacja czasu pracy z wykorzystaniem wybranych narzędzi * Wykorzystanie Google Docs do zastosowań biznesowych * Wprowadzenie do narzędzi zarządzania projektami (Slack, Trello, Ryver, Basecamp) * Omówienie systemu zarządzania relacjami z klientami * Konfiguracja i obsługa systemu CRM Bitrix24 | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 20%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 30%  Projekt końcowy 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Jill Dyche, *CRM. Relacje z klientami,* Helion, Gliwice 2002 2. Bartosz Deszczyński, *CRM i strategia system zarządzanie zmianą*, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. 3. Chris Brogan, *Google+ dla biznesu. Opanuj nowy kanał kontaktów z klientami,* One Press / Helion, Gliwice 2012. 4. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce*, Wydanie II poszerzone, Helion, Gliwice 2018. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Warsztat zawodowy dziennikarza C20 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Online journalism workshop |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Prawne i rynkowe aspekty zawodu dziennikarza internetowego, podstawowe rodzaje zleceń zawodowych dziennikarza, zasady budowania własnej publiczności, | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 15godz. Wykładów + 30 godz. ćwiczeń warsztatowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C20\_W01 | Narzędzia pracy dziennikarza zatrudnionego w mediach tradycyjnych i cyfrowych, wykorzystuje je zgodnie z zasadami poprawności językowej, stylistycznej i komunikacyjnej. | | | MI\_W01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_W02 | Narzędzia komunikacji społecznej wykorzystywane przez nowoczesne, niezależne dziennikarstwo, korzysta z nich podczas realizacji zadań zawodowych | | | MI\_W04 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_W03 | Teorie i narzędzia pozwalające skutecznie wykonywać zadania dziennikarza w przestrzeni internetu | | | MI\_W05 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_W04 | W podstawowym zakresie prawo własności intelektualnej oraz zasady bezpiecznego prowadzenia niezależnej działalności informacyjnej | | | MI\_W06 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_W05 | Podstawowe praktyczne aspekty niezależnego dziennikarstwa, w tym przede wszystkim dotyczące związku działalności zawodowej ze środowiskami biznesowymi i politycznymi | | | MI\_W07 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_U01 | Samodzielnie wybiera temat, selekcjonuje i analizuje informacje, które ma zamiar wykorzystać w praktyce dziennikarskiej | | | MI\_U01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_U02 | Tworzyć estetyczne i użyteczne projekty medialne odpowiadające zapotrzebowaniu organizacji oraz publiczności | | | MI\_U02 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_U03 | Sprawnie posługiwać się mediami, serwisami społecznościowymi oraz narzędziami internetowej dystrybucji informacji. | | | MI\_U03 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_U04 | Brać udział w dyskusji na tematy publiczne za pośrednictwem portali społecznościowych, komentować rzeczywistość społeczną w sposób niezależny i zgodny z obowiązkiem służenia prawdzie. | | | MI\_U07 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_U05 | Dostrzegać zmiany w środowisku lokalnym i w dostępnych technologiach jego opisu i dokumentacji. Praktyką zawodową potwierdzania gotowości do rozwoju osobistego. | | | MI\_U08 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_K01 | Dążenia do zawodowej doskonałości poprzez pokonywanie własnej niewiedzy i braku kompetencji, szukania pomocy ekspertów. | | | MI\_K01 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_K02 | Służenia swoją działalności zawodową społeczeństwu poprzez zdobywanie i udostępnianie istotnych dla niego informacji | | | MI\_K02 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_K03 | Przestrzega zasad etyki dziennikarskiej | | | MI\_K04 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| C20\_K04 | Samodzielnego zdobywania zamówień na swoje usługi, budowania atrakcyjnego profilu zawodowego | | | MI\_K03 | warsztaty | | Praca warsztatowa - projekt | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie pracy zaliczeniowej – projekt dziennikarski  **w sumie:**  ECTS | | | 6  **6**  **0,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Przygotowanie pracy zaliczeniowej – projekt dziennikarski  warsztaty  **w sumie:**  ECTS | | | 6  30  **36**  **1,4** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Początki dziennikarstwa internetowego – od internetowego dostępu do gazet do serwisów informacyjnych. (początki BBC online, skandal Drudge’a – Drudge Report,) 2. Dziennikarstwo internetowe – dziennikarstwo obywatelskie (wartość informacyjna blogów, blogi jako świadectwa – dziennikarstwo uczestniczące: OhmyNews, IndyNews, od ekskribicjonizmu do dziennikarstwa „oddolnego”) 3. Webwriting – czytelnik, czyli persona, funkcjonalność tekstu, zwięzłość, rzeczowość, przejrzystość, hipertekstowość, grafika, konwersacyjność, funkcjonalność stron internetowych (badanie eyetracking, przejrzystość nawigacji, linia zanurzenia, ślepota banerowa, narzędzia użytkownika, wyszukiwarka, ścieżka powrotu) 4. Źródła i ścieżki pozyskiwania informacji redakcyjnych. 5. Tekstowe i hipertekstowe gatunki dziennikarstwa internetowego - falsh news, news agencyjny, news prasowy, raport big picture.  Jak przekształcić newsa agencyjnego w artykuł prasowy?  Informacja vis artykuł. Jak napisać artykuł? 6. Blog jako gatunek dziennikarski – ewolucja. Prawda obiektywna i prawda obiektywu – fotografia prasowa, media mieszane, fakty – „nie-fakty” – „prawie fakty”, kultura photoshopa. Artykuły multimedialne, formy bazodanowe, infografika, raport multimedialny, relacja na żywo. 7. Breaking new – w poszukiwaniu tematów, w poszukiwaniu odbiorców. Cykl życiowy newsa, parametryzacja odbioru. 8. Nowe usługi medialne – telewizja internetowa, rozprzestrzenianie za pomocą mikroblogów (tweeter, instagram, tworzenie społeczności)   Wyjście terenowe w ramach zajęć do redakcji radiowych, telewizyjnych i internetowych. | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Wykład multimedialny, analiza i interpretacja kontekstowa tekstów, dyskusja, warsztaty terenowe, prace projektowe, warsztaty pracy zespołowej. | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Obecność na zajęciach - warunek dopuszczenia do zaliczenia.    **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | **Tak - warunek dopuszczenia do zaliczenia**  Ponieważ praca warsztatowa, często w terenie, prowadzi do realizacji projektu grupowego, wskazane jest regularne uczestniczenie w warsztatach. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | 1. praca zaliczeniowa – projekt dziennikarski – maks. 30 pkt. 2. przygotowanie do zajęć i aktywność – maks. 40 pkt. 3. kolokwium końcowe - test jednokrotnego wyboru – maks. 30 pkt.   Razem:maks.100 punktów | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie z prowadzącym oraz z grupą projektową. | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. *Media i dziennikarstwo internetowe,* Leszek Olszański. Wyd. POLTEX, Warszawa 2012. 2. *Profesjonalne tworzenie tekstów do internetu,* J.Wrycza-Bekier. Webwrining. 3. *Blogi i wirtualne społeczności – wykorzystanie w marketingu. Informacje prasowe. Czynniki determinujące skuteczne relacje z mediami,* Norbert Życzyński, Dariusz Tworzydło, Sławomir Gawroński. 4. *Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć teksty, które podbiją internet,* Ewy Szczepaniak. 5. *Gatunki dziennikarskie. Drugie wydanie,* Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Andrzej Kaliszewski, Wojciech Furman 6. *Współczesny dziennikarz i nadawca, M*arian Gierula (red.) 7. *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych,* Krug Steve. 8. *E-Gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, W. Godzic, Z. Bauer, 2015. Poltext, Warszawa. 9. *Internetowe gatunki dziennikarskie*, red. Kazimierz Wolny-Zmorzyński, Wojciech Furman, Wydawnictwa akademickie i profesjonalne, Warszawa 2010 10. <http://www.eredaktor.pl> | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Redakcja i edycja tekstu C21 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Editing and text editing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Opracowanie redakcyjne tekstu z uwzględnienie zagadnień związanych z edycją i składem | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Warsztat - 15h | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C21\_W01 | Student zna zasady redakcji i korekty tekstu, posiada świadomość językową pozwalającą na krytyczny ogląd materiału tekstowego i jego poprawę | | MI\_W01 | warsztat | | Kolokwium pisemne | |
| C21\_W02 | Student potrafi rozpoznać błędy składu, rozumie ich wpływ na estetykę i odbiór tekstu | | MI\_W01 | warsztat | | kolokwium zaliczeniowe | |
| C21\_W03 | Zna i rozumie zasady ochrony własności intelektualnej | | MI\_W06 | warsztat | | kolokwium zaliczeniowe | |
| C21\_U01 | Student potrafi dokonać redakcji zróżnicowanych pod względem stylistycznym i formalnym tekstów | | MI\_U03  MI\_U04 | warsztat | | warsztat | |
| C21\_U02 | Student potrafi prawidłowo wskazywać elementy decydujące o prawidłowym kształcie edytorskim tekstu | | MI\_U05  MI\_U06 | warsztat | | warsztat | |
| C21\_K01 | krytycznie i obiektywnie oceniać efekty pracy własnej i innych | | MI\_K01 | warsztat | | Ocena zaangażowania w pracę w grupie | |
| C21\_K02 | jest odpowiedzialny za zachowanie tożsamości językowej i kulturowej, działa dla dobra wspólnego | | MI\_K04 | warsztat | | Ocena zaangażowania w pracę w grupie | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 1 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Realizacja samodzielnych projektów, przygotowanie i opracowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | 15  20  **25**  **1,0** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Zapoznanie studentów z zasadami redakcji i korekty tekstu, wdrożenie do praktycznych rozwiązań edytorskich i świadomości dbałości o poziom redakcyjny tekstu drukowanego i publikowanego w internecie; błędy edytorskie i ich eliminowanie, umiejętność krytycznej oceny tekstu cudzego i własnego, analiza redakcyjna teksu tłumaczonego |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny informacyjny i problemowy oraz warsztaty, kolokwium zlaiczneiowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest obowiązkowa obecność na zajęciach, zaliczone kolokwium z części wykładowej oraz zaliczony projekt biznesplanu z części ćwiczeniowej |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć.  Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Frekwencja i czynny udział zajęciach: maks. 30 pkt.  2. Prace zaliczeniowe maks. 30 pkt.  3. Kolokwium maks. 40 pkt  Razem:maks.100 punktów  **Ocena końcowa**  0-50 pkt. ocena: 2,0 (ndst)  51-60 pkt. ocena: 3,0 (dst)  61-70 pkt. ocena: 3,5 (+dst)  71-80 pkt. ocena: 4,0 (db)  81-90 pkt. ocena: 4,5 (+db)  91-100 pkt. ocena: 5,0 (bdb) |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Kultura i norma języka polskiego, Praktyczna stylistyka |
| **Zalecana literatura:** | Obowiązkowa:   1. Słowniki i poradniki językowe PWN 2. Robert Chwałowski, Typografia typowej książki, Gliwice 2002 3. Tekla Malinowska, Ludwik Syta, Redagowanie techniczne książki, Wydawnictwa Naukowo- Techniczne, Warszawa 1981 4. Adam Wolański, Edycja tekstów, Warszawa 2008   Uzupełniająca   1. Barbara Osuchowska, Poradnik autora, tłumacza i redaktora, Warszawa 2004 2. Keith Houston, Książka. Najpotężniejszy przedmiot naszych czasów zbadany od deski do deski, Kraków 2017 3. Roland Reuß, Perfekcyjna maszyna do czytania. O ergonomii książki, Kraków 2017 4. Marcin Rychlewski, Książka jako towar, książka jako znak. Studia z socjologii literatury, Gdańsk 2013 |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Przedsiębiorczość i własny biznes C22 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Enterprising & Bussines |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 4 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują tematykę z zakresu przedsiębiorczości, a także przygotowują studentów do postrzegania szerokorozumianego otoczenia w sposób przedsiębiorczy oraz do prowadzenia własnej działalności gospodarczej. Celem jest zapoznanie studentów z głównymi zagadnieniami związanymi z uruchamianiem i prowadzeniem działalności gospodarczej oraz opracowywaniem biznesplanu. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | Wykład - 15h studia stacjonarne  Ćwiczenia projektowe - 30h studia stacjonarne | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C22\_W01 | Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu przedsiębiorczości i jej rodzajów. | | MI\_W07 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| C22\_W02 | Charakteryzuje przedsiębiorców i cechy dobrego przedsiębiorcy. | | MI\_W06 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| C22\_W03 | Zna podstawowe regulacje i formy organizacyjno-prawne dotyczące zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. | | MI\_W07 | wykład | | Kolokwium pisemne | |
| C22\_U01 | Potrafi założyć działalność gospodarczą. | | MI\_U01 | ćwiczenia | | Projekt Biznesplanu, sprawozdania z ćwiczeń | |
| C22\_U02 | Potrafi sporządzić biznesplan przedsiębiorstwa funkcjonującego w gospodarce żywnościowej. | | MI\_U03 | ćwiczenia | | Projekt Biznesplanu, sprawozdania z ćwiczeń | |
| C22\_U03 | Potrafi wskazać źródła finansowania dziwności gospodarczej. | | MI\_U05 | ćwiczenia | | Projekt Biznesplanu, sprawozdania z ćwiczeń | |
| C22\_K01 | Jest gotowy do działania w sposób przedsiębiorczy | | MI\_K03 | ćwiczenia | | Ocena zaangażowania w pracę w grupie | |
| C22\_K02 | prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga  dylematy związane z wykonaniem zawodu | | MI\_K03 | Ćwiczenia | | Ocena zaangażowania w pracę w grupie | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykład  ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 15  30  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie do projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 5  **5**  **0,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | ćwiczenia  Przygotowanie do projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 30  5  **35**  **1,4** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady: Istota przedsiębiorcy i przedsiębiorczości oraz ich rola w gospodarce. Funkcje, strategie i modele przedsiębiorczości. Formy organizacyjno-prawne działalności gospodarczej; podejmowanie działalności gospodarczej przez osoby fizyczne. Uwarunkowania otoczenia ekonomicznego. Biznesplan – podstawowe zagadnienia; Metodyka przygotowania biznesplanu – cechy i zakres biznesplanu; Elementy składowe biznesplanu. Uwarunkowania innowacyjności przedsiębiorstw. Zasoby organizacyjne w biznesie. Zarządzanie marketingowe w biznesie. Motywy, bariery i źródła finansowania przedsięwzięć przedsiębiorczych.  Ćwiczenia projektowe: Analiza możliwych wariantów prowadzenia działalności gospodarczej; Planowanie działalności gospodarczej; Pomysł na biznes. Bezzwrotne źródła pozyskiwania kapitału – ujęcie praktyczne. Wnioski o dofinansowanie działalności gospodarczej. Zakładanie działalności gospodarczej w ujęciu praktycznym. Biznes plan – podstawowe części biznesplanu. Cele i etapy sporządzania biznesplanu. Opracowanie biznesplanu przedsiębiorstwa w ujęciu praktycznym – projekt. Prezentacja projektu.  PANEL PRAKTYCZY – SPOTKANIE Z PRZEDIĘBIORCĄ – WIZYTA W INKUBATORZE PRZEDSIĘBIORCZOSCI. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | wykład multimedialny informacyjny i problemowy oraz ćwiczenia projektowe |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Warunkiem uzyskania zaliczenia z przedmiotu jest obowiązkowa obecność na zajęciach, zaliczone kolokwium z części wykładowej oraz zaliczony projekt biznesplanu z części ćwiczeniowej |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z zajęć.  Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Średnia arytmetyczna z wszystkich uzyskanych pozytywnych ocen; ocena z kolokwium – 40%, ocena projektu biznesplanu 40%, ocena ze sprawozdań cząstkowych 20% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Podstawy ekonomii biznesu |
| **Zalecana literatura:** | Bednarczyk M., Najda-Janoszka M., Kopera S.,(red.), E-przedsiębiorczość . Zasady i praktyka, Wydawnictwo UJ, Kraków 2019.  Glinka B., Gudkova S., Przedsiębiorczość, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa, 2011.  Piecuch T., Przedsiębiorczość. Podstawy teoretyczne. Wydawnictwo C.H.Beck, Warszawa 2013.  Opolski K., Waśniewski K., Biznes plan: jak go budować i analizować? CeDeWu, Warszawa 2007.  Kuciński K., Przedsiębiorczość a rozwój regionalny w Polsce, Difin, Warszawa 2010.  Henry A., Understanding Strategic Management, Wydawnictwo Oxford University Press, Oxford, 2021.  Opracowania i publikacje Ministerstwa Gospodarki i PARP  www.biznes.gov.pl.  www.ceidg.gov.pl. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Planowanie strategii marketingowej C23 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Planning a marketing strategy |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują cele i strategie marketingowe, narzędzia do realizacji i analizy rezultatów strategii | | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | | 30 godzin – ćwiczenia projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | | Powiązanie z KEU | | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C23\_W01 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z określaniem strategii marketingowej, doborem narzędzi do realizacji jej celów a także analizy przebiegu i rezultatów. | | | | MI\_W05 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_W02 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące potrzeb zleceniodawcy oraz odbiorcy kampanii reklamowej w internecie. | | | | MI\_U01 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_U01 | Stosuje narzędzia GoogleAnalytics do skutecznego planowania strategii marketingowej. | | | | MI\_U03 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania systemami reklamy internetowej. | | | | MI\_U04 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_U03 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do planowania strategii i analizy skuteczności komunikacji marketingowej, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | | | MI\_U08 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_U04 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów analizy komunikacji marketingowej oraz zwiększania jej skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | | | MI\_K01 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| C23\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | | | MI\_K04 | | ćwiczenia projektowe | Prace projektowe, projekt końcowy |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 2 | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne | |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  | |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do zaliczenia końcowego  Przygotowanie projektu  **w sumie:**  ECTS | | | 15  10  **25**  **0,8** | |  | |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Ćwiczenia  projekt  **w sumie:**  ECTS | | | 30  10  **40**  **1,6** | |  | |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Strategia komunikacji marki, plan marketingowy. Określenie grupy docelowej, słów kluczowych. Identyfikacja wartości, opracowanie USP. Opracowanie oferty, wybrane modele. Dobór kanałów marketingowy do strategii. Omówienie zalet i wad najpopularniejszych kanałów marketingowych. Budowa lejków marketingowych. Opracowanie value ladder, lead magnet, aktywatorów i maksymalizatorów. Optymalizacja konwersji. Sposoby poprawy obsługi klienta. Zwiększanie wartości klienta. Systemy poleceń, pozyskiwania opinii i programy referencyjne. | | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Ćwiczenia projektowe | | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność na zajęciach: 30%  Zadanie: 20%  Zaliczenie: 50% | | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Potwora D., Potwora W. Innowacje a strategie marketingowe przedsiębiorstw. Wyd. Difin, Warszawa 2020. 2. Obłój K. Planowanie strategiczne. Wyd. PWE, Warszawa 2014. 3. SEO jako element strategii marketingowej. Wyd. HELION, Gliwice, 2020. | | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie zasobami ludzkimi/ HR Management C24 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Human Resources Management/HR Management |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

Elementy wchodzące w skład programu studiów

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują obszar wiedzy z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi oraz podstawowych umiejętności rozwiązywania problemów związanych z zarządzaniem zasobami ludzkimi | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 20 godzin wykładów i 10 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C24\_W01 | Zna rodzaje więzi społecznych, zachowania organizacyjne oraz rządzące nimi prawidłowości | | | MI\_W03  MI\_W07 | wykład | | Ocena z kolokwium /egzaminu | |
| C24\_W02 | Zna zasady związane z kierowaniem zasobami ludzkimi i kształtowaniem efektywności pracy w zespołach pracowniczych | | | MI\_U04 | wykład  ćwiczenia | | Ocena z kolokwium / egzaminu  Zaliczenie projektów cząstkowych | |
| C24\_W03 | Zna zasady pracy zespołowej i współpracy w zespole w kontekście działalności bieżącej oraz projektowej | | | MI\_K03 | wykład  ćwiczenia | | Ocena z kolokwium / egzaminu  Zaliczenie projektów cząstkowych | |
| C24\_K01 | Jest gotów do kierowania małym zespołem, przyjmując odpowiedzialność za efekty pracy zespołu, świadomie wykorzystując wszystkie podstawowe funkcje zarządzania | | | MI\_K03 | ćwiczenia | | Zaliczenie projektów cząstkowch | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | Wykład  Ćwiczenia  **w sumie:**  ECTS | | | 20  10  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów cząstkowych  Przygotowanie do kolokwium i egzaminu  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **20**  **0,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | **-** | | | **-** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | Wykłady: Zarządzanie zasobami ludzkimi – podstawowe definicje, problemy terminologiczne; Rozwój podejścia do zarządzania ludźmi w perspektywie historycznej: personel-kadry-zasoby ludzkie-kapitał intelektualny. Ludzie jako zasób strategiczny. Kapitał ludzki i kapitał intelektualny organizacji; Kompetencje pracownicze; strategie ZZL, model Harvarda vs model Michigan oraz model sita vs model zasobów ludzkich. Szczeble kierowania. Style kierowania. Struktura i formy zatrudnienia. Proces kadrowy. Podmioty i narzędzia zarządzania zasobami ludzkimi. Kształtowanie wynagrodzeń: strategie, składniki, formy i systemy wynagradzania; Wartościowanie stanowisk pracy i wymiarowanie pracy. Motywowanie w procesie pracy. Kontekst etyczny zarządzania zasobami ludzkimi.  Ćwiczenia projektowe: Badanie pracy; Ocenianie w procesie pracy. Elementy procesu kadrowego w ujęciu praktycznym. Przywództwo w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Rola kierownictwa w aspekcie ZZL.  Role, cele i zadania działu HR. Podejmowanie decyzji kadrowych. Motywowanie w ujęciu praktycznym. | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | wykład informacyjny i problemowy z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych oraz metoda przypadku i ćwiczenia grupowe z podziałem na role | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Egzamin pisemny  Ćwiczenia projektowe składające się z kilku odrębnych zadań cząstkowych  Kolokwium sprawdzające wiedzę teoretyczną | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu, natomiast warunkiem dopuszczenia do egzaminu jest zaliczenie wykładów oraz ćwiczeń projektowych. Uczestnictwo w zajęciach - obowiązkowe. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Egzamin – 50%  Zaliczenie wykładów: 25% (w tym kolokwium – 15%, udział w zajęciach - 5%, prezentacja multimedialna – 5%)  Zaliczenie ćwiczeń 25% (przygotowanie i zaliczenie projektów cząstkowych) | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie z prowadzącym | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Podstawy ekonomii biznesu, Przedsiębiorczość i własny biznes | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | Lenik P., Motywatory pozapłacowe, czyli droga do nowej jakości pracowników, Difin, Warszawa 2012  Zając C., Zarządzanie zasobami ludzkimi, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2007  Pawlak Z., Zarządzanie zasobami ludzkimi w przedsiębiorstwie, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2011  Griffin R.W., Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa 2002 Lenik P., Kapitał ludzki w organizacji oraz proces kadrowy w kontekście ZKL, [w:] P. Lenik (red.), Zarządzanie organizacjami, PWSZ w Krośnie, Krosno 2018 | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Etyka biznesu C25 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Business ethics |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnie |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | stacjonarne /niestacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Treści programowe obejmują przedstawienie podstawowych zasad norm etycznych i moralnych mających zastosowanie w poszczególnych obszarach działalności gospodarczej w warunkach wolnego rynku. Umiejętność zastosowania zasad z zakresu etyki, pozwalających na trafną ocenę pod względem moralnym podejmowanych przez przedsiębiorców decyzji w zakresie gospodarowania. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | stacjonarne – wykład 15 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C25\_W01 | Ma wiedzę odnośnie znaczenia etyki w biznesie. Rozumie potrzebę stosowania i wdrażania podstawowych zasad moralnych i etycznych w prowadzonej działalności gospodarczej. Akceptuje zasady i normy etyczne wskazane w kodeksach etycznych i moralnych. | | | MI\_W03  MI\_W04 | wykład | kolokwium | |
| C25\_U01 | Potrafi ocenić i wskazać zasadność wdrażania zasad moralnych i etycznych w procesie prowadzenia działalności gospodarczej. Rozumie proces prowadzenia działalności gospodarczej w oparciu o obowiązujące przepisy prawne oraz zasady moralne i etyczne. | | | MI\_U03  MI\_U04 | wykład | prezentacja | |
| C25\_K01 | Posiada świadomość roli zasad i norm prawa w zakresie prowadzenia działalności gospodarczej. Wskazuje na uwarunkowania tego procesu w powiązaniu z zasadami etyki | | | MI\_K02  MI\_K03 | wykład | Obserwacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 1 | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | WYKŁAD  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15**  **0,6** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do kolokwium  Przygotowanie prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 5  5  **10**  **0,4** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | - | | | - |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**  Etyka i jej przedmiot. Normy moralne i prawne. Sumienie. Miejsce etyki w społeczności wolnego rynku. Etyka biznesu i jej problematyka. Komponenty etycznej firmy.  Przestrzeganie zasad moralnych sprawiedliwości, umiaru, słuszności, praworządności i wynikających z nich reguł postępowania. Standardy etyczne dobrego menedżera, pożądanych cech charakteru i metod zarządzania personelem firmy. Etyka pracy – prawa i obowiązki pracowników.  Tajemnice prawnie chronione w działalności gospodarczej. Moralne i prawne aspekty obowiązku dochowania tajemnicy. Granice pracowniczej lojalności i odpowiedzialności.  Konflikty w środowisku pracy i ich podłoże. Etyczne sposoby ich przezwyciężania. Poprzez kompromis do współpracy. Etyka negocjacji: główne dylematy etyczne. Taktyki manipulacyjne. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | zajęcia z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | kolokwium pisemne | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z prezentacji | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocen z kolokwium 80%, obecność na zajęciach 20% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Podstawy zarządzania | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | Rybak. M.: Etyka menedżera. Społeczna odpowiedzialność przedsiębiorstwa. PWN, Warszawa 2004.  Filek J. (red.), Etyka biznesu. Studia przypadków. Wyd. Uniwersytetu Ekonomicznego w Krakowie, Kraków 2012.  Gasparski W.: Biznes, etyka, odpowiedzialność. PWN, Warszawa 2012. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Planowanie kariery zawodowej w branży marketingowej C26 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Proffetional career planning in the marketing industry |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnie |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | Studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
|  | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | wykład 10 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C26\_W01 | student zna i rozumie czym jest rozwój zawodowy i kariera zawodowa w branży marketingowej | | | MI\_W02  MI\_W03  MI\_W04 | wykład | praca zaliczeniowa/ prezentacja | |
| C26\_W02 | student zna metody i narzędzia pomocne w planowaniu kariery zawodowej i planuje własną karierę zawodową | | | MI\_W05  MI\_W06  MI\_W07 | wykład | praca zaliczeniowa/ prezentacja | |
| C26\_U01 | Student umie przygotować dokumenty aplikacyjne, rozumie zasady procesu rekrutacyjnego | | | MI\_U01  MI\_U03  MI\_U07  MI\_U08 | wykład | praca zaliczeniowa/ prezentacja | |
| C26\_K01 | student jest świadomy planowania własnego rozwoju zawodowego | | | MI\_K01 | wykład | praca zaliczeniowa/ prezentacja | |
| C26\_K02 | Student rozwijania umiejętności interpersonalnych, jest gotów do rozmowy rekrutacyjnej | | | MI\_K03  MI\_K05 | wykład | praca zaliczeniowa/ prezentacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | 1 | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | WYKŁAD  **w sumie:**  ECTS | | | 10  **10**  **0,4** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie do kolokwium  Przygotowanie prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 5  10  **15**  **0,6** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | - | | | - |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | **Ćwiczenia:**  Zasady dobrego planowania kariery zawodowej w branży marketingowej. Kompetencje społeczne. Autodiagnoza. Sposoby aktywnego poszukiwania pracy.  Planowanie karier zawodowych. Zarządzanie karierą w branży marketingowej.  Zasady przygotowania dokumentów aplikacyjnych: życiorysu zawodowego (CV) i listu motywacyjnego. Proces rekrutacji: przygotowanie do rozmowy kwalifikacyjnej, jej typy i przebieg, najczęściej zadawane pytania, rodzaje testów kwalifikacyjnych | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, analiza przypadków | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie na podstawie obecności (wymagane 100% obecności/wskazane formy odrobienia zajęć), pozytywna ocena zadań (wyszukiwanie ofert pracy, pisanie CV, listu motywacyjnego), aktywny udział w dyskusjach. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Warunkiem uzyskania pozytywnej oceny z modułu jest uzyskanie pozytywnej oceny z ćwiczeń | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Ocen z pracy zaliczeniowej 50%, obecność i aktywność na zajęciach 50% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Przedsiębiorczość i własny biznes | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | Literatura podstawowa:   1. [Sidor-Rządkowsk](https://biblioteka.kpu.krosno.pl/search/description?q=Sidor-Rz%C4%85dkowska%2C+Ma%C5%82gorzata&index=3)a M., Coaching kariery: doradztwo zawodowe w warunkach współczesnego rynku pracy. Wyd. Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2018. 2. Cybal-Michalska A. Młodzież akademicka a kariera zawodowa. Oficyna Wydawnicza "Impuls, Kraków 2012. 3. Miś A. Koncepcja rozwoju kariery zawodowej w organizacji. Wyd. UEK, Kraków 2007. 4. Daniecki W. Dobór, adaptacja, motywowanie i rozwój pracowników: psychologiczno-organizacyjne doradztwo dla firm. Wyd. Difin, Warszawa 2014   Literatura uzupełniająca:   1. [www.kariera.com.pl](http://www.kariera.com.pl) 2. <https://www.parp.gov.pl/> | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Bezpieczeństwo informacji C27 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Information security |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia I stopnia |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | studia stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | Polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Omówienie istoty informacji, problematyki jej bezpieczeństwa, możliwości ochrony prawnej i fizycznej informacji. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | stacjonarne - wykład 30 h, | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C27\_W01 | zasady etyki dotyczące informatyki | | | MI\_W05 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań, egzamin | |
| C27\_W02 | zagrożenia w Internecie | | | MI\_W05 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań, | |
| C27\_W03 | zagrożenia związane ze stosowaniem systemów informatycznych. | | | MI\_W06 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań | |
| C27\_U01 | potrzebę poznawania nowych narzędzi internetowych | | | MI\_U03  MI\_U08 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań, egzamin | |
| C27\_U02 | potrzebę wykorzystania praktycznego nabytej wiedzy | | | MI\_U05 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań, egzamin | |
| C27\_K01 | dokumenty i akty prawne dotyczące ochrony informacji. | | | MI\_K01 | Wykład | | Aktywność na zajęciach,  wykonanie zadań, egzamin | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Obecność na wykładach  **W sumie:**  ECTS | | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie do zajęć  **w sumie:**  ECTS | | | | 20  **20**  **0,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | | - | | - |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | **Wykłady:**   1. Podstawowe pojęcia związane z bezpieczeństwem informacji 2. Przepisy prawne traktujące o bezpieczeństwie informacji 3. Elementy kryptografii 4. Bezpieczeństwo haseł 5. Bezpieczeństwo aplikacji webowych | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Wykład z prezentacją multimedialną | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Zaliczenie zadań | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena z kolokwium: 100% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Literatura podstawowa:   1. Zmitrowicz, K., Jakość projektów informatycznych, Helion, Gliwice, 2015 2. IT w Administracji, PRESSCOM Sp. z o.o., Wrocław 3. Ustawa o ochronie danych osobowych   Literatura uzupełniająca:   1. Karbowski, M., Podstawy kryptografii, Helion , Gliwice, 2014 2. Liderman, K., Analiza ryzyka i ochrona informacji w systemach komputerowych, Warszawa, PWN, 2008 3. Liderman, K., Bezpieczeństwo informacyjne, Warszawa, PWN, 2012 4. Rodzina norm ISO 27000 | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa C28 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Seminar and BA thesis |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 19 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5, 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Praca nad projektem pracy dyplomowej oraz analizą jego wybranych aspektów. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 60 godzin seminarium | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| C28\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Tę wiedzę stosuje w praktyce zawodowej i do pisania pracy licencjackiej. | | | MI\_W01 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_W02 | W stopniu zaawansowanym teorie mediów, w tym mediów cyfrowych i społecznościowych, skutecznie stosuje je w przygotowaniu praktycznej części pracy licencjackiej. | | | MI\_W02 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_W03 | W zaawansowanym stopniu teorie, metody i zależności związane z komunikacją marketingową, które stanowią podstawy teoretyczne działalności zawodowej oraz badań prowadzonych w ramach seminarium nad własnym projektem komunikacji marketingowej. | | | MI\_W03 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_W04 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia komunikacji społecznej, biznesowej oraz interpersonalnej. Zna zasady korzystania z nowoczesnych kanałów przesyłu informacji w mediach społecznościowym oraz z wykorzystaniem systemów zarządzania informacją wewnątrz organizacji. Stosuje je w praktyce zawodowej z poszanowaniem zasad współżycia społecznego. | | | MI\_W04 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_W05 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z komputerowym przetwarzaniem informacji oraz skutecznym komunikowaniem w przestrzeni Internetu. Stosuje tę wiedzę w celu przygotowania i analizy skuteczności projektu systemu komunikacji marketingowej. | | | MI\_W05 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_W06 | Podstawowe zasady ochrony prawa własności, przestrzega ich w działalności zawodowej oraz podczas pisania pracy dyplomowej. Skrupulatnie zaznacza źródła informacji. | | | MI\_W06 | seminarium | | postępy w przygotowaniu pracy dyplomowej | |
| C28\_U01 | Wykorzystać posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika | | | MI\_U02 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_U02 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje potrzebne do samodzielnego stworzenia funkcjonalnego projektu komunikacji marketingowej. | | | MI\_U01 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_U03 | Stosować narzędzia informatyczne, media i techniki skutecznego komunikowania w celach zawodowych, szczególnie w wykonywaniu zadań typowych dla działalności w sektorze usług marketingowych oraz komunikacji społecznej. | | | MI\_U03 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu komunikacji marketingowej, społecznej a także teorii mediów, stylistyki oraz językoznawstwa. Stosuję odpowiedni język i styl do wykonania pracy dyplomowej. | | | MI\_U04 | seminarium | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| C28\_U05 | Brać udział w debacie poprzez samodzielne i krytyczne podejście do pozyskanych informacji. Prezentuje cząstkowe wyniki swojej pracy i broni za pomocą argumentów wybranych przez siebie rozwiązań. | | | MI\_U05 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_U06 | Planować pracę w zespole, rozpoznawać kompetencje członków zespołu i uwzględniać ich indywidualne uzdolnienia; dzielić się zadaniami i odpowiedzialności za rezultaty pracy zespołu, zwłaszcza podczas wykonywania praktycznego projektu komunikacji marketingowej. | | | MI\_U07 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_U07 | Dotrzymywać tempa zmianom otoczenia medialnego i technologicznego, przedstawia wyniki własnych badań i projektów oparte o aktualny stan wiedzy. | | | MI\_U08 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_K01 | Krytycznej refleksji nad własną wiedzą i umiejętnościami, zwłaszcza konsultacji swojego projektu komunikacji marketingowej. Przyjmuje krytyczne oceny własnych umiejętności ze spokojem i dąży do stałego podwyższania jakości swojej pracy. Jeśli jest świadom swoich ograniczeń nie waha się poprosić o pomoc członków zespołu lub opiekuna seminarium. | | | MI\_K01 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Pragnie, aby jego projekt komunikacji marketingowej znalazł zastosowanie w życiu społecznymi służył dobru wspólnemu.. | | | MI\_K02 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_K03 | Przejawiania inicjatywy, jest przedsiębiorczy, samodzielnie poszukuje tematu pracy dyplomowej. | | | MI\_K03 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| C28\_K04 | Przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów. Rozumie społeczną szkodliwość manipulacji i dezinformacji. | | | MI\_K04 | seminarium | | Praca dyplomowa oparta o projekt komunikacji marketingowej | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **19** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Seminarium  **w sumie:**  ECTS | | | | 60  **60**  **2,4** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektu komunikacji marketingowej  Przygotowanie pracy dyplomowej  Lektura bibliografii przedmiotowej i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | | 100  215  100  **415**  **16,6** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Prasa samodzielna praktyczna  Udział w seminarium  **w sumie:**  ECTS | | | | **415**  **60**  **475**  **19,0** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | W toku kształcenia studenci zdobywają podstawowe kompetencje dotyczące zasad kształtowania komunikacji marketingowej w internecie. Poznają podstawy HTML i CSS a także wiele narzędzi do prowadzenia działalności komunikacyjnej i analitycznej w internecie. Dzięki nim projektują strony www oparte na silniku WordPress. Podczas całego toku studiów ćwiczenia praktyczne są realizowane na wcześniej utworzonych przez studentów stronach. Jako pracę licencjacką przedstawiają rozbudowaną stronę internetową o zoptymalizowanej zawartości i działających kanałach marketingowych. Dzięki znajomości licznych aspektów teoretycznych analizują jej działanie w przestrzeni komunikacyjnej, pod względem przewidywanej skuteczności rynkowej oraz jakości wykonania. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Prezentacja multimedialna, analiza przypadka, analiza tekstu, wykład, dyskusja | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Uzyskanie pozytywnych ocen z wystąpień ustnych, prezentacji, zaangażowanie w dyskusję podczas seminarium | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Uczestnictwo w zajęciach zgodnie z Regulaminem studiów | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Obecność 30%  Prezentacja rezultatów cząstkowych – 70% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Znajomość tematyki związanej z pracą dyplomową oraz zagadnień z zakresu marketingu internetowego opanowanych podczas studiów | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Allan Afuah, *Biznes internetowy strategie i modele*, Oficyna ekonomiczna, Warszawa 2003. 2. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 3. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 4. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 5. Grzegorz Mazurek, *Znaczenie wirtualizacji marketingu w sieciowym kreowaniu wartości*, Poltext, Warszawa 2012. 6. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 7. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 8. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Krystyna Śliwińska, Mirosław Pacut, Oficyna, Warszawa 2011. 9. M. Kuziak, S. Rzepczyński: „*Jak pisać*?”, Park Edukacja. Bielsko Biała, 2007 10. Okulewicz M., Ziółkowska M., Bogdanowicz. P., Kochanowska M., Krawczyk Z. (red) – *Poradnik pisania pracy dyplomowej*. Wydawca: Samorząd Studentów Politechniki Warszawskiej, Warszawa: <http://bcpw.bg.pw.edu.pl/Content/1524/PoradnikPisaniaPracyDyplomowej.pdf> 11. G. Gambarelli, Z. Łucki: *Jak przygotować pracę dyplomową lub doktorską*. Universitas Kraków, 1998. 12. Wskazana przez Promotora, zgodna z wybranym tematem pracy dyplomowej   Lektura dodatkowa zależna od wybranego modułu specjalnościowego tematu pracy licencjackiej. | | | | | |

# D Grupa przedmiotów do wyboru:

# D1 Twórca treści: Content Creator



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Strategie komunikacji D1.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Communication strategies |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Zapoznanie studentów z podstawowymi strategiami komunikacji oraz sposobami i mechanizmami ich kształtowania, wyborem określonej strategii marketingowej | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń projektowe | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D1.1\_W01 | Student posiada wiedzę w zakresie formułowania i wyboru strategii komunikacji oraz zna rodzaje strategii marketingowych sposoby postępowania na rynku w zróżnicowanych i zmieniających się warunkach | | MI\_W03 | Ćwiczenia | | Praca zaliczeniowa | |
| D1.1\_U01 | student potrafi zidentyfikować sytuację rynkową przedsiębiorstwa. | | MI\_U04 | Ćwiczenia | | Praca zaliczeniowa | |
| D1.1\_U02 | Potrafi sformułować i strategię komunikacji oraz dokonać prawidłowego wyboru odpowiedniego rodzaju strategii marketingowej | | MI\_U03 | Ćwiczenia | | Praca zaliczeniowa | |
| D1.1\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów zarządzania informacjami i relacjami w organizacji i jej otoczeniu; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01  MI\_K03 | Ćwiczenia | | Praca zaliczeniowa | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Treść i proces kształtowania strategii marketingowych  Główne zasady tworzenia strategii  Miejsce strategii marketingowych w strukturze przedsiębiorstwa  Formułowanie i i wybór strategii marketingowych  Analiza konkurencji, prawidłowe dostosowanie strategii  Dostosowanie strategii komunikacji do grupy docelowej  Strategie dla firm usługowych i sklepów internetowych  Strategie komunikacji marketingowej |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, projekt |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć (dwa duże projekty, wskazane podczas zajęć + drobne projekty) – 35%  Kolokwium końcowe 35% |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Tak, obecność na zajęciach jest obowiązkowa. Projekty realizowane w trakcie zajęć są jednym z fundamentów zaliczenia przedmiotu. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Ustalany indywidualnie. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | J.Altkorn — Strategia marki, Warszawa, 2001, PWE  A.Baruk — Nowoczesna strategia marketingowa, Warszawa, 2002, PWN  L. Garbarski — Zachowania nabywców na rynków, Warszawa, 2001, PWE  P. Kotler — Marketing, Warszawa, 2003, Gebether i S-ka [McDonald, Malcolm.; Wilson, Hugh; Łuczkiewicz, Grzegorz. — Plany marketingowe, Warszawa, 2012, Oficyna a Wolters Kluwer business |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Newsletter i mailing D1.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Newsletter and mailing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Podstawy tworzenia list mailingowych, newsletterów oraz korespondencji z klientami | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń praktycznych | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się |
| D1.2\_W01 | W zaawansowanym stopniu metody poprawnego tworzenia wypowiedzi pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, stylistyczne i wynikające z kultury języka; stosuje je w korespondencji skierowanej do klientów za pośrednictwem poczty biznesowej. | | MI\_W01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_W02 | Najbardziej znane systemy mailingowe, potrafi samodzielnie stworzyć kreację mailingową. | | MI\_W04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_U01 | Stworzyć zautomatyzowanych wiadomości mailingowych, potrafi ustawić autoresponder. | | MI\_U01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia newsletterów o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_U03 | Dostosować wiadomości e-mail do konkretnej grupy odbiorców, samodzielnie tworzy personę. | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania e-mail marketingu. | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_U05 | Zasady tworzenia baz mailingowych. | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_K01 | Zasady utrzymania higieny baz mailingowych. | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_K01 | Samodzielnie stworzyć i zaplanować wysyłkę newslettera. | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| D1.2\_K01 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 35  10  10  **55**  **2,2** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem | | | 45  35  10  **90**  **3,6** |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Wprowadzenie do e-mail marketingu 2. Konfiguracja i zarządzanie newsletterem na stronie 3. Wykorzystanie e-mail marketingu przy up-sellingu i cross-sellingu 4. Konfiguracja i zarządzanie cold mailingiem 5. Autoresponder - czym jest i jak go stosować 6. Wykorzystanie mailingu przy realizacji onboardingu | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Obecność na zajęciach - 30%  Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) - 30%  Kolokwium końcowe - 40%  10 zadan (otwartych, rozbudowanych i zamkniętych) | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. Terminowe oddanie prac realizowanych w ramach zajęć jest jedną z podstaw zaliczenia przedmiotu. | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie. | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak, | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 2. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 3. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 4. Piotr Krupa,Maciej Ossowski, E-mail marketing, Helion, Gliwice 2013. 5. Jason Rodriguez, *Nowoczesny e-mail marketing. Uniwersalny, responsywny i skuteczny mailing w HTML-u*, Helion, Gliwice 2015. 6. Artur Dąbrowski-Filip Kłodawski, *E-mail marketing oswojony. Teoria, praktyka, prawda,* Helion, Gliwice 2018. 7. Paweł Sala, *Świeże podejście do email marketingu*, Freshmail, Warszawa 2017. 8. Maciorowski Artur, *Skuteczny e-mail marketing*, Edgard, Warszawa 2014. | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Reklama w Social Media D1.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Advertising on Social Media |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Podstawowe narzędzia tworzenia reklam, zasady i zalety reklamy w Social Media | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D1.3\_W01 | Zna zasady tworzenia reklam w Social Media | | MI\_W03  MI\_W05 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.3\_U01 | Umie stworzyć reklamę w Socia media | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.3\_U02 | umie wymienić zalety reklamy w Social media | | MI\_U04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.3\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, rozpoznawania własnych mocnych stron i niepowidzeń w relacjach z odbiorcami komunikacji marketingowej a także w zespole. | | MI\_K01 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.3\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04  MI\_K03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **55**  **2,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **1,8** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Jak stworzyć reklamę w Social Media 2. Zasady tworzenia reklamy w Social Media 3. Jak tworzyć treści reklamy 4. Klient a reklama 5. Social media ads 6. Zalety reklamy w social media | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie poszczególnych treści z ćwiczeń.  Pozytywna ocena z projektu | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Katarzyna Bachnik, Justyna Szumniak-Samolej, *Potencjał biznesowy mediów* *społecznościowych*, Poltext, Warszawa 2015. 2. Iwona Lupa-Wójcik, *Social media*. *Strategicznie. wprowadzenie*, Wydawnistwo Sphia Bauty, Katowice 2018. 3. M. Czaplicka, *Uwiedź klienta. Marketing w social mediach*, PWN, Warszawa 2019. 4. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 5. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 6. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 7. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 8. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 9. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Śliwińska Krystyna, Pacut Mirosław, Oficyna Wolters, Warszawa 2011. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Content marketing D1.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Content marketing |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Zasady tworzenia treści, techniczne aspekty publikowania w sieci, analiza zawartości | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | | 30 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D1.4\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady poprawnego tworzenia wypowiedzi ustnych i pisemnych w oparciu o podstawowe teorie językoznawcze, wiedzę z zakresu logiki, stylistyki i kultury języka polskiego. Potrafi wiedzę tę stosować do tworzenia treści komunikacji marketingowej. | | | MI\_W01 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_W02 | W zaawansowanym stopniu teorie i metody komunikacji marketingowej z zastosowaniem content marketingu,  Zna podstawowe typy i główne cele content marketingu. | | | MI\_W03 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_W03 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją za pomocą treści w mediach społecznościowych i w przestrzeni internetu. | | | MI\_W04 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_W04 | Wie czym jest duplicate content i jaki wpływ ma na SEO. | | | MI\_U01 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_U01 | Posługuje się terminologią z zakresu content marketingu. | | | MI\_U04 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_U02 | Tworzyć plany marketingowe dostosowane do konkretnej grupy odbiorców. | | | MI\_U05 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_K01 | Samodzielnie zaprojektować kreację, wzbudzającą zainteresowanie i reakcję użytkowników internetu. | | | MI\_K01  MI\_K03 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.4\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | | MI\_K04 | ćwiczenia | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | | Udział w ćwiczenia  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 30  20  15  **65**  **2,6** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Wprowadzenie do zajęć * Czym jest content marketing i jak działa? * Formy content marketingu i ich tworzenie * Content Marketing. Strategia i działania taktyczne * Trendy w Content Marketingu * Storytelling, czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu marki * Video marketing, YouTube i relacje live * Główne zasady copywritingu SEO - jak pisać, by zauważyć efekty * Jak prowadzić bloga firmowego - Analiza, publikacje i inne * Narzędzia przydatne w Content Marketingu * Fresh content, Evergreen content i recykling treści * Czym jest Branding i jak go budować? * E-mail marketing - jak pisać newsletter * Surfer, Content Editor * Wezwanie do działania (CTA) - dlaczego jest ważne * Content marketing & Social Media * Jak pisać opisy produktów, kategorii, opisy na stronę itd. * Jak pisać artykuły - treści zewnętrzne i wewnętrzne * Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (typy linków) * Marketing wirusowy - czym jest i jak działa, content marketing a marketing wirusowy | | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Obecność na zajęciach - 30%  Systematyczne projekty z realizowanego materiału (w tym 2 prace zaliczeniowe) - 35%  Kolokwium końcowe - 45%  12 pytań (zamknięte i otwarte rozbudowane) Do zdobycia ogółem ogółem 31 pkt  dostateczny - 9,5 - 18,5  dobry 19 - 25  bardzo dobry - 26 - 31 | | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Tak, obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa. Znajomość głównych zasad content marketingowych jest niezbędna w przypadku marketingu internetowego, a projekty realizowane podczas zajęć są jednym z fundamentów zaliczenia. | | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Ustalany indywidualnie. | | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Barbara Stawarz-García, *Content marketing i social media*, PWN, Warszawa 2017. 2. Dariusz Puzyrkiewicz, *Biblia copywritingu*, Wyd. II poszerzone, Helion, Gliwice 2019. 3. Joanna Wrycza-Bekier, *Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą*, Wyd. 2, One Press, Gliwice 2018. 4. Ewa Szczepaniak, *Sztuka projektowania tekstów. Jak tworzyć treści, które podbiją internet*, One Press, Gliwice 2019. 5. Steve Krug, *Nie każ mi myśleć! O życiowym podejściu do funkcjonalności stron internetowych*, wydanie III, Helion, Gliwice 2014. 6. Artur Jabłoński, *Jak pisać, żeby chcieli czytać (i kupować). Copywriting & Webwriting*, Helion, Gliwice 2017. 7. Maciej Dutko, *Copywriting internetowy*, PWN, Warszawa 2012. 8. Magdalena Jaworowicz, *Copywriting w zintegrowanej komunikacji marketingowej,* Difin, Warszawa 2015. | | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie Fanpage D1.5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Fanpage management |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poznanie podstawowych narzędzia RealTime marketing, fanpage Facebook. Wykorzystanie YouTube w marketingu. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D1.5\_W01 | W zaawansowanym stopniu teorie i narzędzia informatyczne związane z marketingiem w czasie rzeczywistym w przestrzeni nowych mediów . | | MI\_W05  MI\_W06 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.5\_U01 | Stosować funkcjonalności serwisów społecznościowych do budowania relacji z odbiorcami fanpage. | | MI\_U02  MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.5\_U02 | Posługuje się terminologią z zakresu komunikacji RealTime za pomocą serwisów społecznościowych. | | MI\_U04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.5.\_U03 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących podtrzymywaniu relacji z odbiorcami, chętnie zapoznawać się z nowinkami technologicznymi i wdrażać je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.5\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, rozpoznawania włąsnych mocnych stron i niepowidzeń w relacjach z odbiorcami komunikacji marketingowej a także w zespole. | | MI\_K01 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D1.5\_K02 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni internetu. | | MI\_K04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 25  15  10  **55**  **2,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 45  25  15  **65**  **2,6** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | 1. Jak stworzyć fanpage firmowy na poszczególnych kanałach społecznościowych. 2. Charakterystyka poszczególnych kanałów społecznościowych. 3. Jak tworzyć treści na fanpage. 4. Real Time Marketing w mediach społecznościowych. 5. Tworzenie skutecznej strategii budowy profilu. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Zaliczenie prac projektowych i projektu końcowego | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Indywidualnie na konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. Katarzyna Bachnik, Justyna Szumniak-Samolej, *Potencjał biznesowy mediów* *społecznościowych*, Poltext, Warszawa 2015. 2. Iwona Lupa-Wójcik, *Social media*. *Strategicznie. wprowadzenie*, Wydawnistwo Sphia Bauty, Katowice 2018. 3. M. Czaplicka, *Uwiedź klienta. Marketing w social mediach*, PWN, Warszawa 2019. 4. Karol Łopaciński, *Skuteczność promocji internetowej Pomiar i technologia informacyjna*, PWE, Warszawa 2010. 5. *Podstawy Marketingu Sieciowego*, red. Bręczewski Jan, Warszawa 2017. 6. *Web design e-commerce*, red. J. Wiedemann, Taschen, Warszawa 7. *Komunikacja marketingowa*, red. M. Rydel, Gdańsk 2001. 8. Małgorzata Bartosik-Purgat, *Nowe media w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw*, Warszawa 2019. 9. *Narzędzia i Techniki Komunikacji Marketingowej XXI,* red. Śliwińska Krystyna, Pacut Mirosław, Oficyna Wolters, Warszawa 2011. | | | | | |

# D2 Promowanie witryn internetowych: Specjalista SEM



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Pozycjonowanie Off site D2.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Off site positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poznanie roli linków w pozycjonowaniu stron internetowych | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D2.1\_W01 | W zaawansowanym stopniu zasady i rolę spójności informacji w internecie oraz wpływ zewnętrznych źródeł na budowanie autorytetu. | | MI\_W04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.1\_U01 | Samodzielnie zdobywać i selekcjonować informacje, dokonać ich analizy oraz zna rolę linków w pozycjonowaniu stron internetowych | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.1\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01  MI\_K04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 20  15  10  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczenia  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 30  20  15  **65**  **2,6** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Autorytet zewnętrzny * Spójność informacji * Rola linków w pozycjonowaniu i marketingu * Rodzaje linków oraz sposoby pozyskiwania * Wykorzystanie profilu linków konkurencji * Strategie link buildingowe * Plan link buildingowy * Nieetyczne techniki link buildingu * Narzędzia |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Zarządzanie systemami reklamy PPC D2.2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | PPC advertising campaign administration |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Poznanie podstaw tworzenia kampanii GoogleAd oraz zarządzania nimi | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D2.2\_W01 | W zaawansowanym stopniu metody komunikacji marketingowej, typy kampanii, mierniki ich efektywności | | MI\_W03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_W02 | W zaawansowanym stopniu narzędzia informatyczne związane z komunikacją marketingową, w tym szczególnie kampaniami Google Ads. | | MI\_W05 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U01 | Samodzielnie zdobywa i selekcjonuje informacje dotyczące potrzeb zleceniodawcy oraz odbiorcy kampanii reklamowej w Internecie. | | MI\_U01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U02 | Wykorzystuje posiadaną wiedzę do tworzenia zaawansowanych projektów kampanii marketingowych o estetycznym wyglądzie, praktycznych i przyjaznych dla użytkownika. | | MI\_U02 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U03 | Stosuje narzędzia Google Ads do skutecznego reklamowania produktów i usług. | | MI\_U03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U04 | Posługuje się terminologią z zakresu zarządzania systemami reklamy internetowej. Precyzyjnie informuje o swoich czynnościach innych członków zespołu. | | MI\_U04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U05 | Podejmując się wykonania projektu kampanii marketingowej w Internecie, zorganizować zespół roboczy, uwzględnia kompetencje i indywidualne uzdolnienia członków | | MI\_U07 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_U06 | Dotrzymywać tempa zmianom technologii służących do projektowania kampanii internetowych, chętnie zapoznaje się z nowinkami technologicznymi i wdraża je do swojej praktyki zawodowej | | MI\_U08 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, poznawania nowych sposobów projektowania kampanii marketingowych oraz zwiększania ich skuteczności; poszukiwania wsparcia ekspertów | | MI\_K01 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_K02 | Przejawiania własnej inicjatywy w podpowiadaniu rozwiązań służących klientowi, zdobywaniu nowych kwalifikacji oraz rozwijania działalności zawodowej | | MI\_K03 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.2\_K03 | Przestrzegania zasad etyki w przestrzeni Internetu. | | MI\_K04 | Ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 25  15  15  **55**  **2,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczeniach  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 45  25  15  15  **100**  **4,0** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | 1. Podstawy kampanii PPC (podstawowe pojęcia, skróty i modele rozliczeń, wybrane ekosystemy reklamowe w modelu PPC, strategie PPC) 2. Konfiguracja konta Google Ads (podstawowe ustawienia, łączenie Google Ads i GA4, łączenie GMC i GA4, importowanie celów do Google Ads, optymalizatory konwersji, tworzenie list remarketingowych, pojęcia i nawigacja w Google Ads) 3. Kampanie tekstowe (research słów kluczowych, określanie budżetu, konfiguracja kampanii i tworzenie reklam, tworzenie zasobów, kampanie dynamiczne DSA, optymalizacja kampanii), kampanie remarketingowe RLSA) 4. Kampanie Preformance Max (konfiguracja i optymalizacja kampanii PMax dla usług, konfiguracja i optymalizacja kampanii PMax dla ecommerce, konfiguracja kampanii PMax dla biznesów lokalnych) 5. Kampanie display’owe (konfiguracja kampanii, grupy docelowe w GDN, tworzenie reklam, kampanie remarketingowe, remarketing dynamiczny) 6. Kampanie Discovery (typy kampanii, konfiguracja, tworzenie reklam, optymalizacja) 7. Kampanie wideo (konfiguracja, grupy docelowe, optymalizacja, kampanie remarketingowe) 8. Inne ekosystemy w modelu PPC (Meta, LinkedIn, Microsoft Ads) |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym, projekty, praca warsztatowa |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Zaliczone podstawy projektowania stron internetowych oraz analityki internetowej |
| **Zalecana literatura:** | 1. Dawid Wydra, *Reklama Google Adwords w praktyce*, Edgard, Warszawa 2019. 2. Krzysztof Marzec, *Narzędzia Google dla e-commerce, Wydanie II poszerzone*, Helion, Gliwice 2018. 3. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 4. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mtbiznes, Warszawa 2017. 5. Anastasia Holdren, *Reklama Google AdWords,* Helion, Gliwice 2012. 6. Kristina Cutura, *Reklamuj się z Google. Skuteczne rozwiązania i przykłady*, Helion, Gliwice 2014. 7. Daniel Waisberg, *Google Analytics. Integracja i analiza danych*, Helion, Gliwice 2016. 8. Martyna Zastrożna, *Google Analytics w biznesie. Poradnik dla zaawansowanych*, Helion, Gliwice 2015. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Pozycjonowanie On site D2.3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | On site positioning |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 5 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Znajomość optymalizacji technicznej strony oraz optymalizacji semantycznej strony | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D2.3\_W01 | Zna optymalizację techniczną strony oraz optymalizację semantyczną strony | | MI\_W02  MI\_W05 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.K\_U01 | W zaawansowanym stopniu zna zasady funkcjonowania narzędzi i wtyczek | | MI\_U01  MI\_U03  MI\_U04  MI\_U08 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.3\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 30  15  10  **55**  **2,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczenia  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  Lektura poradników i stron www  **w sumie:**  ECTS | | | 45  30  15  10  **100**  **4,0** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | * Optymalizacja techniczna strony * Optymalizacja semantyczna strony * Doświadczenia użytkowników * Analiza słów kluczowych * Narzędzia i wtyczki |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Udział w konsultacjach |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Brak |
| **Zalecana literatura:** | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Audytowanie kampanii PPC D2.4 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Auditing PPC campaigns |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 3 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Znajomość audyt Google Ads, ustawienia konta Google Ads oraz sprawdzenie poprawności połączenia z Google Analytics, Ogólne ustawienia kampanii (sprawdzenie: strategii ustalania stawek, odpowiednio dobranych typów kampanii, zastosowanych słów kluczowych. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 30 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D2.4\_W01 | Zna zasady audytu Goodle Ads | | MI\_W05 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.4\_U01 | Umie zaprojektować ustawienia konta Google Ads oraz sprawdzić polaczenia z Google Analytics | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.4\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **3** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 20  25  **45**  **1,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczenia  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 30  20  25  **75**  **3,0** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Czym jest audyt Google Ads? * Ustawienia konta Google Ads oraz sprawdzenie poprawności połączenia z Google Analytics * Ogólne ustawienia kampanii (sprawdzenie: strategii ustalania stawek, odpowiednio dobranych typów kampanii, zastosowanych słów kluczowych) * Analiza użytych w kampanii słów kluczowych (sprawdzenie dopasowań oraz listy wykluczonych słów kluczowych) * Analiza tekstów reklamowych oraz ich rozszerzeń * Sprawdzenie konwersji oraz poprawności ich mierzenia * Analiza wyników kampanii | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Obecność w konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Audyt SEO strony D2.5 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Website SEO audit |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 4 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Znajomość narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu, analiza czynników wewnętrznych i zewnętrznych | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 45 godzin ćwiczeń projektowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D2.5\_W01 | Zna optymalizację techniczną strony oraz optymalizację semantyczną strony | | MI\_W04 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.5\_U01 | W zaawansowanym stopniu zna zasady funkcjonowania narzędzi | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.5\_U02 | W zaawansowanym stopniu zna zasady funkcjonowania wtyczek | | MI\_U03 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| D2.5\_K01 | Krytycznej oceny własnych umiejętności, efektów własnej pracy, nie waha się zasięgnąć opinii członka zespołu lub eksperta. | | MI\_K01 | ćwiczenia projektowe | | Prace projektowe, projekt końcowy | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **4** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | ćwiczenia projektowe  **w sumie:**  ECTS | | | 45  **45**  **1,8** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 30  25  10  **55**  **2,2** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Udział w ćwiczenia  Przygotowanie projektów  Indywidualna praca z oprogramowaniem  **w sumie:**  ECTS | | | 45  30  25  **100**  **4,0** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | * Narzędzia wspomagające przeprowadzenie audytu * On-Page - Analiza czynników na stronie internetowej * Off-Page - Analiza czynników zewnętrznych * Analiza techniczna * Analiza konkurencji * UX - Analiza czynników wpływających na zachowania użytkowników * Priorytetyzowanie zadań i formułowanie wytycznych | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | Prezentacja multimedialna, praca w laboratorium informatycznym | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | Prezentacja multimedialna, projekty, animacje edukacyjne | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | Obecność jest obowiązkowa. Dopuszczalne są dwie nieusprawiedliwione nieobecności. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | Obecność 30%  Projekty wykonywane w ramach zajęć – 35%  Projekt końcowy 35% | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | Udział w konsultacjach | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | Brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | 1. *E-marketing*, red. Grzegorz Mazurek, Poltext, Warszawa 2018. 2. Philip Kotler, *Marketing 4.0*, mt biznes, Warszawa 2017. 3. *John Kalench, MLM marketing wielopoziomowy,* Emka, Warszawa 2018. 4. Liana Evans*, Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych,* One Press, Gliwice 2016. 5. Anna Miotk*, Skuteczne Social Media,* Warszawa 2017*.*   <https://www.pozycjonusz.pl/>  <https://redelement.pl/> | | | | | |

# D3 W zakresie praktyk



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Praktyka zawodowa D3.1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Professional practice |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 33 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3, 4, 5, 6 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Poszerzenie wiedzy studentów zdobytej na studiach i rozwinięcie umiejętności jej wykorzystania w praktyce zawodowej; skonfrontowanie posiadanych umiejętności z wymaganiami stawianymi przez pracodawców; nabycie doświadczenia zawodowego. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | stacjonarne – praktyka zawodowa 24 tygodnie  Semestr 3 – 240h (6 tygodni)  Semestr 4 – 320h (8 tygodni)  Semestr 5 – 240h (6 tygodni)  Semestr 6 – 160h (4 tygodnie) | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| D3.1\_W01 | Student zna i rozumie znaczenie marketingu i strategii marketingowych w Internecie, | | | MI\_W01  MI\_W03 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac ,  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_W02 | Student zna i rozumie zasady funkcjonowania Content Marketingu. | | | MI\_W02  MI\_W04 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_W03 | Student zna i rozumie funkcjonowanie Social Mediów | | | MI\_W05 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_W04 | Student zna i rozumie znaczenie i rodzaje E-mail marketing. | | | MI-W06  MI\_W07 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1.K\_U01 | Student potrafi obsługiwać produktu i usługi w zakresie marketingu | | | MI\_U01  MI\_U02 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_U02 | Student potrafi prowadzić bloga firmowego. | | | MI\_U03  MI\_U04 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_U03 | Student potrafi napisać treści reklamowe zewnętrzne i wewnętrzne. Zna zasady i typy linków. | | | MI\_U05  MI\_U07 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_U04 | Student umie wykorzystać mailing przy realizacji onboardingu, | | | MI\_U08 | Uczestnictwo w praktykach | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_U05 | Student umie pracować w zespole | | | MI\_U07 | Opinia opiekuna | | wykonanie przydzielonyc h prac  Ocena wystawiona przez opiekuna praktyk | |
| D3.1\_K01 | Działania i myślenia w sposób przedsiębiorczy | | | K\_K01  K\_K02 | praktyka | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_K02 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Wykorzystuje swoje umiejętności dla dobra wspólnego. | | | K\_K02 | praktyka | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_K03 | Aktywnego włączania się w komunikację społeczną budującą społeczeństwo obywatelskie. Wykorzystuje swoje umiejętności dla dobra wspólnego. | | | K\_K03 | praktyka | | wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| D3.1\_K04 | Przestrzegania zasad etyki zawodowej, szczególnie w odniesieniu do przestrzeni Internetu i mediów. Rozumie społeczną szkodliwość manipulacji i dezinformacji. | | | K\_K04 | praktyka | | wykonanie przydzielonyc h prac  wykonanie przydzielonyc h prac  Dzienniczek praktyk, opinia pracodawcy, zaliczenie ustne | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **33**  Semestr 3 – 8 ECTS  Semestr 4 – 12 ECTS  Semestr 5 – 8 ECTS  Semestr 6 – 5 ECTS | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Semestr 3  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 4  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 4  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  Semestr 6  Praca z pracodawcą  Praca z opiekunem  Zaliczenie  **w sumie:**  ECTS | | | | 240h  4h  1h  320h  4h  1h  240h  4h  1h  160h  4h  1h  **960**  **32,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Samodzielna praca studenta  **w sumie:**  ECTS | | | | **20**  **20**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Praca z pracodawcą  **w sumie:**  ECTS | | | | 960  **960**  **32,0** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | **Semestr 3:**  Internet i jego możliwości w promocji. Obecność w Internecie. Strategia biznesowa w Internecie. Wprowadzenie do optymalizacji stron (SEO). Reklamy w wyszukiwarkach. Kampanie w wyszukiwarkach. Media społecznościowe. Urządzenia mobilne. Marketing treści. Analityka. Sprzedaż w Internecie  **Semestr 4:**  Poznanie zasad funkcjonowania content marketingu. Formy content marketingu i ich tworzenie. Content Marketing. Strategia i działania taktyczne  Trendy w Content Marketingu. Storytelling, czyli jak wykorzystać opowieść w budowaniu marki. Video marketing, YouTube i relacje live. Główne zasady copywritingu SEO - jak pisać, by zauważyć efekty. Jak prowadzić bloga firmowego - Analiza, publikacje i inne. Narzędzia przydatne w Content Marketingu. Fresh content, Evergreen content i recykling treści.  E-mail marketing - jak pisać newsletter. Surfer, Content Editor.  **Semestr 5:** Content marketing & Social Media. Działania (CTA). Jak pisać opisy produktów, kategorii, opisy na stronę itp. Jak pisać artykuły - treści zewnętrzne i wewnętrzne. Linkowanie wewnętrzne i zewnętrzne (typy linków). Marketing wirusowy - czym jest i jak działa, content marketing a marketing wirusowy.  **Semestr 6:**  E-mail marketing. Rodzaje e-mail marketingu. Konfiguracja i zarządzanie newsletterem na stronie. Wykorzystanie e-mail marketingu przy up-sellingu i cross-sellingu. Konfiguracja i zarządzanie cold mailingiem. Autoresponder - czym jest i jak stosować. Wykorzystanie mailingu przy realizacji onboardingu. | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | Praktyka - obserwacje, ćwiczenie projektowe, komputerowe ( laboratoryjne) | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | Realizacja praktyk zgodnie z Regulaminem praktyk oraz Kierunkowym programem praktyk. | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Realizacja praktyki jest obowiązkowa | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Ocena końcowa przedmiotu to ocena wystawiona przez opiekuna studenta ze strony zakładu pracy, zweryfikowana podczas zaliczenia przy opiekunie praktyki ze strony uczelni (odpowiedź ustna dotycząca przebiegu praktyki) | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Student musi zrealizować praktykę w przewidzianym wymiarze godzin | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | Wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne z zakresu kształcenia podstawowego i kierunkowego i w zakresie | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | Dobierana według potrzeb praktyki | | | | | |

# E Grupa przedmiotów humanistycznych



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Kultura i tradycje regionu E1 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Culture and traditions of the region |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 1 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 3 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Ukazanie fenomenu i tradycji w kulturze Podkarpacia. Europejska koncepcja małych ojczyzn – miejsce Podkarpacia jako kultury polsko-słowacko-łemkowskiego pogranicza. Obrzędowość regionu. | | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | wykładów 15 godz. | | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| E1\_W01 | specyfikę kultury i tradycji regionu | | | MI\_W01  MI\_W02 | wykłady | | przygotowanie samodzielnej prezentacji multimedialnej | |
| E1\_W02 | metody analizy i interpretacji tekstów i wytworów kultury regionu | | | MI\_W04  MI\_W06 | wykłady | | przygotowanie samodzielnej prezentacji multimedialnej | |
| E1\_K01 | ma świadomość wartości dziedzictwa kulturowego w jego różnorodności, jest świadom odpowiedzialności za jego zachowanie | | | MI\_K01  MI\_K02 | Wykłady | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| E1\_K02 | przestrzega zasad etyki zawodowej | | | MI\_K04 | Wykłady | | zaangażowanie w pracę na zajęciach | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **1** | | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Wykłady  **w sumie:**  ECTS | | | | 15  **15**  **0,6** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | przygotowanie tekstów  **w sumie:**  ECTS | | | | 10  **10**  **0,4** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **-** | | | | **-** | |  |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | | | 1-2. Problemy etnicznej i regionalnej tożsamości. Językowe, kulturowe i materialne wykładniki wieloetnicznej lokalności. Fenomen miejsca (*genius loci*) i tradycji w kulturze Podkarpacia. Europejska koncepcja małych ojczyzn – miejsce Podkarpacia jako kultury polsko-słowacko-łemkowskiego pogranicza. (2 wykłady = 4 godziny)  3. Ludowe i szlacheckie korzenie kultury Krosna i okolic. Folklor, folklor muzyczny, dziecięcy i słowny regionu, jego literatura ludowa. Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Muzeum Pigonia w Komborni. (2 godziny)  4. Szlacheckie i przemysłowe korzenie kultury Krosna i okolic. Elementy szlacheckiego etosu w kultury dworskiej w obyczajowości i etykiecie Polaków. Kultura szlacheckiego stołu i jej kontynuacje. Aleksander Fredro i jego związki z kulturą regionu (*Zemsta* i Zamek Kamieniec w Odrzykoniu). Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Muzeum Kultury Szlacheckiej w Kopytowej. (2 godziny)  5. Obrzędowość doroczna regionu Krośnieńskiego i jej kontynuacje. (2 godziny)  6. Cechy i wykładniki współczesnego regionalnego dyskursu kulinarnego. Miejsce Krosna i okolic na kulinarnej mapie Polski. Potrawy regionalne w zbiorowej pamięci mieszkańców regionu. Lista produktów tradycyjnych i regionalnych wg Ministerstwa Rolnictwa i Rozwoju Wsi RP. Zajęcia wykładowo-konwersatoryjne w Etnocentrum Ziemi Krośnieńskiej w Krośnie. (2 godziny)  7. Teksty i skrypty lokalnej kultury krośnieńskiej. Analiza tekstowego obrazu świata zawartego w przekazach literackich, folklorystycznych oraz tzw. historii mówionej (*oral history*, np. pierwsze buty, zabawy dzieci, potańcówka, wychowanie w domu). Wybrane regionalizmy w języku mieszkańców Krosna i Okolic (2 godziny).  8. Zajęcia końcowe: „Moje miejsce na ziemi” – studenckie prezentacje swojskości i „tutejszości”. (1 godzina) | | | | | |
| **Metody i techniki kształcenia:** | | | wykład, dyskusja, kolokwium zaliczeniowe | | | | | |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | | | ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | | | Obecność na zajęciach jest obowiązkowa. | | | | | |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | | | Frekwencja 50% - prezentacja 50% oceny końcowej | | | | | |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | | | Ustalane indywidualnie | | | | | |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | | | brak | | | | | |
| **Zalecana literatura:** | | | 1. Arkadiusz Andrejkow, *Cichy memoriał,* Rzeszów 2021. 2. *Folklor Rzeszowiaków – obraz przemian*, red. K. Barańska, J. Dragan, Kolbuszowa 2018. 3. Jerzy Czajkowski, *Budownictwo ludowe Podkarpacia*, Sanok 1977. 4. Andrzej Karczmarzewski, *Ludowe obrzędy doroczne w Polsce południowo- wschodniej*" , Rzeszów 2011. 5. *Kolędowanie na Rzeszowszczyźnie*, red. K. Smyk, J. Dragan, Kolbuszowa-Kraków 2019. 6. Kryciński Stanisław, *Łemkowszczyzna po obu stronach Karpat*, Rzeszów 2021. 7. Hubert Ossadnik, *Między Osławą a Jasiołką. Łemkowszczyzna Wschodnia w latach 1918-1939*, Rzeszów 2023. 8. Paluszek Kamil, Giemza Jarosław, Nowak Damian, *Cerkwie w Polsce południowo-wschodniej*, Rzeszów 2021. | | | | | |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Elementy kultury współczesnej E2 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Elements of contemporary culture |
| **Kierunek studiów:** | Marketing internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia |
| **Profil:** | praktyczny |
| **Forma studiów:** | stacjonarne |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 1 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Treści uczenia się koncentrują się wokół kluczowych dla kultury XXI wieku pojęć określających tożsamość człowieka ponowoczesnego. Stanowią tym samym wprowadzenie do złożonego systemu kultury uwikłanej w zależności ekonomiczne, globalną politykę, media i tradycyjne zagadnienia socjologii i humanistyki. | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | ćwiczenia audytoryjne 30 h | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| E2\_W01 | ma podstawową wiedzę z zakresu kultury współczesnej polskiej i obcej, umie rozpoznać jej przejawy, nurty i najbardziej charakterystyczne cechy, zwraca uwagę na nowe formy kultury audiowizualnej i przejawy zachowań społecznych | | MI\_W02 | ćwiczenia | Czynny udział w zajęciach | |
| E2\_W02 | ma wiedzę na temat oczekiwanych w życiu zawodowym kompetencji społecznych i kulturowo-komunikacyjnych, zna i rozumie reguły etykiety, rozumie mechanizmy kontaktów | | MI\_W04 | ćwiczenia | Czynny udział w zajęciach | |
| E3\_W03 | student ma wiedzę na temat pożądanych społecznie i utrwalonych w polskiej kulturze wzorców zachowań obowiązujących w różnych okolicznościach oficjalnych, zawodowych i towarzyskich; szczególnie w aspekcie komunikacyjnym | | MI\_W01 | ćwiczenia | Czynny udział w zajęciach | |
| E2\_W04 | ma podstawową wiedzę na temat kultury języka polskiego, rozumie znaczenie zachowania dobrych wzorów językowych ze względu na potrzeby językowego procesu komunikacji w dyskursie publicznym, zawodowym i emocjonalnym | | MI\_W01 | ćwiczenia | Czynny udział w dyskusji | |
| E2\_W05 | rozumie rolę estetyki komunikatu werbalnego oraz kulturowych standardów grzeczności w utrzymaniu relacji społecznych | | MI\_W01 | ćwiczenia | Czynny udział w dyskusji | |
| E2\_U01 | potrafi analizować i oceniać przejawy współczesnej kultury, rozpoznawać strategie komunikacyjne | | MI\_U01 | ćwiczenia | Czynny udział w dyskusji | |
| E2\_U02 | potrafi zachować się stosownie do obowiązujących w polskim obyczaju towarzyskim i zawodowym reguł; umie wykorzystać posiadaną kompetencję kulturowo-komunikacyjne w różnych okolicznościach życia studenckiego, w kontaktach służbowych, ogólnych i prywatnych. | | MI\_U01 | ćwiczenia | Czynny udział w dyskusji | |
| E2\_U03 | potrafi wykorzystywać zdobytą wiedzę z zakresu form komunikacji i kultury języka w życiu codziennym i w przyszłej pracy zawodowej i aktywności społecznej. | | MI\_U03 | ćwiczenia | Czynny udział w dyskusji | |
| E2\_U04 | troszczy się o odpowiedni poziom stosunków międzyludzkich w miejscu pracy, potrafi porozumiewać się i współpracować w grupie | | MI\_U02 | ćwiczenia | Obserwacja | |
| E2\_K01 | student wykazuje gotowość szerzenia wzorów dobrego zachowania (kultury osobistej) i językowej poprawności (kultury języka) student wykazuje troskę o zachowanie dziedzictwa narodowego i odpowiedni poziom kultury osobistej w środowisku własnym i zewnętrznym. | | MI\_K01 | ćwiczenia | Obserwacja | |
| E2\_K02 | student stara się uczestniczyć w życiu kulturalnym, korzystając z różnych mediów i form | | MI\_K03 | ćwiczenia | Obserwacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | 2 | | | Stacjonarne | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | Ćwiczenia audytoryjne  **w sumie:**  ECTS | | | 30  **30**  **1,2** |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Przygotowanie ogólne – lektura  Praca w bibliotece  **w sumie:**  ECTS | | | 10  10  **20**  **0,8** |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | **w sumie:**  ECTS | | | **-** | - |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | **Ćwiczenia:**  Kultura współczesna i jej przejawy. Kultura awangardowa, popularna i masowa w stosunku do społeczeństwa. 2. Język mediów i reklamy – strategie komunikacyjne, metody perswazji. Wiedza o komunikacji społecznej, manipulacja, propaganda a społeczeństwo informacyjne. Rola mediów i nowych kanałów komunikacyjnych w tworzeniu wspólnot kulturowych. Komunikacja interpersonalna w dobie Internetu (portale społecznościowe, itp.) a kształtowanie się tożsamości ponowoczesnej. Aktualne zjawiska we współczesnej kulturze polskiej i światowej (literatura, film, teatr, muzyka) – ku świadomej aktywności. Kultura osobista i kultura języka. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | ćwiczenia z elementami wykładu, prezentacji i wykorzystaniem materiałów audiowizualnych |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Czynny udział w zajęciach i dyskusji |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność studenta jest obowiązkowa, w czasie zajęć oczekiwana jest aktywna postawa. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | 50% obecności, 50% aktywność na zajęciach |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | dopuszczalna jest jedna nieobecność, każda kolejna powinna być odrobiona poprzez lekturę wskazanej literatury przedmiotu lub uczestnictwo w wydarzeniu kulturalnym lub innym działaniu istotnym dla społeczeństwa. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** | Indywidualnie na konsultacjach |
| **Zalecana literatura:** | Antropologia kultury. Zagadnienia i wybór tekstów. red. A. Mencwel, Warszawa 2003.  Encyklopedia kultury polskiej XX wieku. Pojęcia i problemy wiedzy o kulturze, red. A. Kłoskowska, Wrocław 1991.  Nowicka E.: Świat człowieka – świat kultury. Warszawa 2012.  Rojek, T.: Polski savoir-vivre. Warszawa 1984.  Strinati, D.: Wprowadzenie do kultury popularnej. Poznań 1998. |



**KARTA PRZEDMIOTU**

**Informacje ogólne**

|  |  |
| --- | --- |
| **Nazwa przedmiotu i kod**  **(wg planu studiów):** | Argumentation and critical thinking E3 |
| **Nazwa przedmiotu (j. ang.):** | Argumentation and critical thinking |
| **Kierunek studiów:** | Marketing Internetowy |
| **Poziom studiów:** | studia pierwszego stopnia (licencjackie) |
| **Profil:** | praktyczny (P) |
| **Forma studiów:** | stacjonarna |
| **Punkty ECTS:** | 2 |
| **Język wykładowy:** | polski |
| **Rok akademicki:** | od 2023/2024 |
| **Semestr:** | 2 |

**Elementy wchodzące w skład programu studiów**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Elements of logic: formal logic, claims, assertion, premises and conclusions, presuppositions; Definitions, Eristic techniques, problem solving. | | | | | | | |
| **Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć według planu studiów:** | | 15 godzin wykładów i 15 godzin ćwiczeń warsztatowych | | | | | |
| **Opis efektów uczenia się dla przedmiotu** | | | | | | | |
| Kod efektu przedmiotu | Student, który zaliczył przedmiot  zna i rozumie/potrafi/jest gotów do: | | Powiązanie z KEU | Forma zajęć dydaktycznych | | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się | |
| E3\_W01 | Podstawowe reguły i terminy logiki, retoryki i erystyki, szczególnie dotyczące wnioskowania i argumentacji, prowadzenia dyskusji | | MI\_W01  MI\_W02 | Wykład | | Test - online | |
| E3\_U01 | Potrafi się nimi posługiwać w praktyce tworzenia tekstów ustnych i pisemnych | | MI\_U01 | Ćwiczenia | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja | |
| E3\_U02 | Rozpoznawać błędy oraz unikać ich w rozumowaniu, argumentacji i dowodzeniu. | | MI\_U04 | Ćwiczenia | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja | |
| E3\_U03 | Stosować reguły logiczne w dyskusji, dowodzić i przekonywać posługując się logicznym i poprawnym wywodem. Prezentować swoje stanowisko z zastosowaniem odpowiednich narzędzi multimedialnych. | | MI\_U07 | Ćwiczenia | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja | |
| E3\_K01 | W swojej komunikacji uwzględnia punkty widzenia innych uczestników komunikacji. Potrafi pracować w grupie, przedstawiać swoje poglądy w spójnym pod względem logicznym tekście, zachowując standardy komunikacji interpersonalnej. | | MI\_K01 | Ćwiczenia | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja | |
| E3\_K02 | Odpowiedzialnego posługiwania się argumentacją, zachowując szacunek dla partnerów dialogu. Krytycznej postawy wobec własnej wiedzy, wypowiedzi i sposobów myślenia. | | MI\_K02 | ćwiczenia | | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja | |
| **Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)** | | | | | | | |  |  |  | Samodzielna analiza tekstu, przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej, prezentacja |
| **Całkowita liczba punktów ECTS: (A + B)** | | **2** | | | Stacjonarne | | Niestacjonarne |
| **A. Liczba godzin kontaktowych z podziałem na formy zajęć oraz liczba punktów ECTS uzyskanych w ramach tych zajęć:** | | wykłady  ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  15  **30**  **1,2** | |  |
| **B. Formy aktywności studenta w ramach samokształcenia wraz z planowaną liczbą godzin na każdą formę i liczbą punktów ECTS:** | | Samodzielna analiza tekstów  Przygotowanie do dyskusji oxfordzkiej  Przygotowanie prezentacji  **w sumie:**  ECTS | | | 20  **20**  **0,8** | |  |
| **C. Liczba godzin zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w ramach przedmiotu oraz związana z tym liczba punktów ECTS:** | | Ćwiczenia warsztatowe  **w sumie:**  ECTS | | | 15  **15 0,6** | |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć:** | Wykłady:  1. Introduction: Logic, rhetorics, eristics and personal skills.  2. Claims – assertions – evaluation of claims.  3. Presuppositons and hidden premises – manipulation.  4. Definitions (logic and rhetorical usage)  5-6. Critical thinking – text analysis and criticism (Fallacies)  7. Statistical argumentation  8-9. Eristic techniques.  10. Psudo-logical argumentation. Games people play (transactional analysis)  11. A speach – a debate – a discussion  12. Discussion facilitation.  13-14. Communication-productive skills  15. Summary  Ćwiczenia odpowiadają treścią wykładom.   1. Workshop on text analysis: judging claims, subjective value and warranty on convention, inferring, discovering hidden premises. Popular types of fallacies: jumping to conclusions, unwarranted assumptions, causal fallacies, linguistic confusion, 2. Rhetorical methods of persuasion: argumentation types (ad naturam, ad fecunditam etc.), Rhetorical definitions, pseudo-logical argumentation. 3. Eristic devices (authority as a shield, manoeuvring someone into someone else’s problems, attributing own guilt to others, etc.) 4. Communication workshop – on productive skills (writing and speaking to get the message through) 5. Oxford style debate 6. Transactional analysis – speak like an adult, focus on facts. 7. Naming problem – solving problems as a procedure – presenting outcomes. |
| **Metody i techniki kształcenia:** | Praca z tekstem, metody aktywizujące, zagadki logiczne, analiza tekstu prasowego, analiza prac studentów, |
| **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:** | Każda para zajęć składa się z części prezentującej zagadnienie (wykład) logiczne. Pokazane zostaną przykłady zastosowania logiki w praktyce zawodu dziennikarza, rzecznika prasowego, polityka. W drugiej części studenci będą metodami warsztatowymi przygotowywać teksty wykorzystujące treści kształcenia. Temat zajęć zostanie podsumowany zadaniem na portalu e-student. |
| **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:** | Obecność jest obowiązkowa, szczególnie na zajęciach warsztatowych. |
| **Sposób obliczania oceny końcowej:** | Ocenę bardzo dobrą otrzyma student, który było obecny na wszystkich zajęciach (lub opuścił tylko jedne lub udowodnił znajomość zagadnień omówionych na innych opuszczonych zajęciach, ale nie więcej niż 50% ogółu zajęć) oraz dostarczył w systemie e-student wszystkie wymagane prace (średnia ocen bliska 5.0), brał udział w debacie oksfordzkiej i wykonał prezentację. |
| **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:** | Nieobecności, nawet usprawiedliwione, należy nadrobić. Najlepiej poprzez zapoznanie się z literaturą przedmiotu i wykonanie pracy praktycznej na tych zajęciach wykonywanej. W razie trudności zapraszam na konsultacje. |
| **Wymagania wstępne i dodatkowe, szczególnie w odniesieniu do sekwencyjności przedmiotów:** |  |
| **Zalecana literatura:** | Literatura:  Alec Fisher, *Critical Thinking. An introductio*n, Cambridge 2005.  E. Berne, Games people play, any edition   * John Butterworth and Geoff Thwaites, *Thinking Skills. Critical Thinking and Problem Solving,* Cambridge 2013. * Barbara Minto, *The Pyramid Principle*, Financial Times Prent. 2021. * Arthur Schopenhauer, *The Art of Being Right* * Dana Norris, The Storytelling Code: 10 Simple Rules to Shape and Tell a Brilliant Story   Materiały dostępne w Internecie będą udostępniane w e-studencie. |

# 5.Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS

|  |  |
| --- | --- |
| **MARKETING INTERNETOWY 2023/2024**  **Łączna liczba godzin oraz punktów ECTS, jaką student uzyska w ramach:** | |
| zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia (na studiach stacjonarnych co najmniej 50 % punktów ECTS): | 2860 godzin /106 ECTS (57%) |
| samokształcenia: | 2002 godziny / 79 ECTS (43%) |
| zajęć kształtujących umiejętności praktyczne w wymiarze większym niż 50% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie: | 3458 godzin / 131,9 ECTS (70,5%) |
| zajęć podlegających wyborowi przez studenta (w wymiarze nie mniejszym niż 30% liczby punktów ECTS koniecznych do ukończenia studiów na danym poziomie): | 1290 godzin / 76 ECTS (40,6%) |
| zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych – w przypadku kierunków studiów przyporządkowanych do dyscyplin w ramach dziedzin innych niż odpowiednio nauki humanistyczne lub nauki społeczne: | 75 godzin / 5 ECTS |
| lektoratu języka obcego: | 120 godzin / 8 ECTS |
| praktyk zawodowych: | 960 godzin / 33 ECTS |

# 6.Liczba punktów ECTS dla danego modułu i dyscypliny

**Zestawienie modułów/ przedmiotów dla danego kierunku studiów, wraz z przyporządkowaniem w ich obrębie punktów ECTS dla danej dyscypliny nauki oraz procentowym udziałem liczby punktów ECTS dla dyscypliny w liczbie punktów ECTS** **wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **L.p.** | **Nazwa modułu/ przedmiotu** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny: Nauki o komunikacji społecznej i mediach, jako dyscypliny wiodącej** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny językoznawstwo** | **Liczba punktów ECTS dla dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości** |
| 1 | Lektorat języka obcego |  | 8 |  |
| 2 | Opracowanie tekstu użytkowego | 4 |  |  |
| 3 | Kultura i norma języka polskiego |  | 4 |  |
| 4 | Praktyczna stylistyka |  | 2 |  |
| 5 | Warsztat pisania twórczego | 4 |  |  |
| 6 | Zarządzanie relacjami z klientem | 1 |  |  |
| 7 | Język specjalistyczny (Media and marketing) |  | 4 |  |
| 8 | Wprowadzenie do marketingu internetowego (z certyfikacją Google) | 2 |  |  |
| 9 | Planowanie strategii marketingowej | 2 |  |  |
| 10 | Marketing |  |  | 5 |
| 11 | Grafika komputerowa | 2 |  |  |
| 12 | Teoria mediów | 4 |  |  |
| 13 | Projektowanie graficzne | 5 |  |  |
| 14 | Tworzenie treści reklamowych | 2 |  |  |
| 15 | Badania marketingowe |  |  | 4 |
| 16 | Promocja marki | 3 |  |  |
| 17 | Podstawy projektowania stron internetowych | 8 |  |  |
| 18 | Wprowadzenie do mediów społecznościowych | 6 |  |  |
| 19 | Perswazja w sprzedaży | 3 |  |  |
| 20 | Komunikacja społeczna | 2 |  |  |
| 21 | Storytelling i stereotypy w komunikacji marketingowej | 2 |  |  |
| 22 | Public relations | 3 |  |  |
| 23 | Obieg informacji oraz systemy CRM | 2 |  |  |
| 24 | Warsztat zawodowy dziennikarza | 2 |  |  |
| 25 | Przedsiębiorczość własny biznes |  |  | 2 |
| 26 | Estetyka wizualna i projektowanie publikacji |  | 2 |  |
| 27 | Zarządzanie zasobami ludzkimi/ HR menagement |  |  | 2 |
| 28 | Etyka biznesu |  |  | 1 |
| 29 | Podstawy analityki internetowej | 3 |  |  |
| 30 | Bezpieczeństwo informacyjne |  |  | 1 |
| 31 | Seminarium dyplomowe i praca dyplomowa | 15 | 2 | 2 |
| **Suma punktów ECTS dla dyscypliny** | | **75** | **22** | **17** |
| **Procentowy udział liczby punktów ECTS dla dyscypliny w liczbie punktów ECTS** **wymaganej do ukończenia studiów na danym poziomie** | | **65%** | **20%** | **15%** |