

Karta modułu/przedmiotu

Wypełnia Zespół Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): PRZEDMIOT HUMANISTYCZNY LUB SPOŁECZNY					Kod modułu: A.6 (budownictwo) A.7	
	Nazwa przedmiotu: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W PRAKTYCE					Kod przedmiotu: A.7.8	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT PEDAGOGICZNO - JĘZYKOWY						
	Nazwa kierunku: BUDOWNICTWO, INŻYNIERIA ŚRODOWISKA, MECHANIKA I BUDOWA MASZYN						
	Forma studiów: STACJONARNE		Profil kształcenia: PRAKTYCZNY		Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA		
	Rok / semestr: 1/1 lub 3/6 lub 4/8		Status przedmiotu /modułu: WYBIERALNY		Język przedmiotu / modułu: POLSKI		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć (godz.)						30 (warsztaty)
Koordynator przedmiotu / modułu		mgr Rafał Gruchalski					
Prowadzący zajęcia		mgr Rafał Gruchalski					
Cel kształcenia przedmiotu / modułu		Media społecznościowe są bardziej popularne niż tradycyjne. Celem zajęć jest zapoznanie studentów z ich wszystkim rodzajami, poznanie ich charakterystycznych cech, zasad działania, tworzenia postów i zarządzania kontami w mediach społecznościowych					
Wymagania wstępne		Ogólna znajomość zasad korzystania z Internetu					
EFEKTY UCZENIA SIĘ							
Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się					Kod kierunkowego efektu uczenia się	
01	Operuje podstawowymi wiadomościami na temat zasad działania mediów społecznościowych.					P6S_WK	
02	Identyfikuje poszczególne rodzaje mediów społecznościowych, wie jakie są między nimi podobieństwa i różnice.					P6S_WK	
03	Potrafi założyć i zarządzać kontami w poszczególnych mediach społecznościowych.					P6S_UW	
04	Potrafi promować zamieszczane przez siebie treści, pozyskiwać jak największy zasięg odbiorców.					P6S_UK	
05	Wykazuje odpowiedzialność w zamieszczaniu i udostępnianiu postów w mediach społecznościowych.					P6S_KK	
06	Wykazuje kreatywność w pozyskiwaniu grona odbiorców postów.					P6S_UU	

TREŚCI PROGRAMOWE		
Warsztaty:		
Podczas warsztatów studenci poznają najważniejsze cechy i zasady funkcjonowania mediów społecznościowych. Nauczą się, jak tworzyć na nich konta, jak nimi zarządzać, jak wykorzystywać media społecznościowe do promocji tekstów dziennikarskich i zdobywania informacji. Jak pisać krótko i na temat, by pozyskać widownię. W tym treści powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym: 50 [%]		
Literatura podstawowa	1. Castells M., <i>Spółeczeństwo sieci</i> , Warszawa 2016 2. Evans L., <i>Social media marketing : odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych</i> , Helion, Gliwice, 2011.	
Literatura uzupełniająca	1. Bartosik-Purgat M., <i>Media społecznościowe na rynkach międzynarodowych</i> , Warszawa 2016 2. Levinson P., <i>Nowe nowe media</i> , Kraków 2010 3. Wrycza-Bekiert J., <i>Fast text. Jak pisać krótko, by przyciągnąć uwagę</i> , Warszawa 2016	
Metody kształcenia	Praca w grupach projektowych, dyskusja.	
Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Praca w grupach i prezentacja efektów pracy		03,04, 05
Aktywność na zajęciach		01, 02, 06
Formy i warunki zaliczenia	Aktywność na zajęciach – 40 procent Praca w grupach na zasadzie projektowej – 60 procent	
NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach	-	-
Samodzielne studiowanie	-	-
Udział w warsztatach	30	-
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń	7	-
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	-
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	7	-
Udział w konsultacjach	1	-
Inne	-	-
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	50	0
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	0	
Liczba punktów ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,2	