

Wypelnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): HUMANISTYCZNE LUB SPOŁECZNE PRZEDMIOTY WYBIERALNE						Kod modułu: A.7.3	
	Nazwa przedmiotu: KAMPANIA REKLAMOWA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH						Kod przedmiotu: A.7.3.2	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT NAUK O ZDROWIU							
	Nazwa kierunku: KOSMETOLOGIA							
	Forma studiów: STACJONARNE			Profil kształcenia: PRAKTYCZNY			Poziom kształcenia: STUDIA I STOPNIA	
	Rok / semestr: 3/VI			Status przedmiotu /modułu: WYBIERALNY			Język przedmiotu / modułu: POLSKI	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	Zajęcia praktyczne	Praktyki zawodowe
	Wymiar zajęć (godz.)				30			

Koordynator przedmiotu / modułu	mgr Rafał Gruchalski
Prowadzący zajęcia	mgr Rafał Gruchalski
Cel kształcenia	Celem zajęć jest kształtowanie umiejętności planowania, realizacji i oceny kampanii reklamowych w mediach społecznościowych, z uwzględnieniem specyfiki branży kosmetycznej oraz zasad komunikacji marketingowej.
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
Projekt		
W zakresie wiedzy student:		
01	Zna zasady działania popularnych serwisów społecznościowych i możliwości wykorzystania w biznesie.	K_W43 K_W24
W zakresie umiejętności student:		
02	Umie zaplanować kampanię promocyjną marki w mediach społecznościowych.	K_U36
03	Potrafi promować zamieszczane przez siebie treści, zwiększać zasięg i skuteczność działań komunikacyjnych	K_U36
04	Tworzy materiały sprzedażowe (content marketing, copywriting, storytelling)	K_U36
W zakresie kompetencji społecznych student:		
05	Wykazuje odpowiedzialność w zamieszczaniu i udostępnianiu postów w mediach społecznościowych.	K_K07
06	Wykazuje kreatywność w pozyskiwaniu grona odbiorców postów.	K_K08

TREŚCI PROGRAMOWE	
Projekt	
1. Planowanie kampanii reklamowej w mediach społecznościowych 2. Analiza rynku i grupy docelowej w branży beauty 3. Określanie celów kampanii i wskaźników efektywności (KPI)	

4. Tworzenie strategii komunikacji i harmonogramu kampanii
5. Projektowanie treści reklamowych (copywriting, storytelling, content marketing)
6. Tworzenie materiałów wizualnych i audiowizualnych w kampanii
7. Wykorzystanie narzędzi reklamowych w mediach społecznościowych
8. Optymalizacja kampanii (testy A/B, modyfikacja kreacji)
9. Monitoring i analiza wyników kampanii
10. Etyka i odpowiedzialność w reklamie usług kosmetycznych
Praca własna studenta
Przygotowanie projektu zespołowego obejmującego opracowanie koncepcji działań w mediach społecznościowych dla wybranej działalności kosmetycznej.
Wyszukiwanie i analiza aktualnych informacji oraz przykładów działań marketingowych w branży beauty.
Przygotowanie materiałów (treści, grafiki, koncepcje postów) oraz przygotowanie do prezentacji projektu.
Przygotowanie się do zajęć i aktywnego udziału w dyskusji.

Literatura podstawowa	1. Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick, Jak cię widzą, tak cię piszą. Sztuka autopromocji w mediach społecznościowych (e-book), Wydawnictwo Onepress, Warszawa, 2017 2. Marcin Żukowski, Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw (e-book), Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2017
Literatura uzupełniająca	Aktualne raporty branżowe dotyczące mediów społecznościowych (np. DataReportal, Hootsuite)
Metody kształcenia	Projekt: Praca w grupach projektowych, metoda projektu, analiza przypadków (case study z branży beauty), dyskusja moderowana, prezentacje studentów Praca własna studenta pod kierunkiem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia: Przygotowanie projektu, analiza materiałów źródłowych, przygotowanie do zajęć i prezentacji

Metody weryfikacji efektów uczenia się									Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Projekt									
1	2	3	4	5	6	7	8	9	
								X	01
			X		X				02
			X		X				03
			X		X				04
			X		X				05
			X		X			X	06
1. Egzamin ustny 2. Egzamin pisemny 3. Kolokwium 4. Projekt 5. Sprawozdanie 6. Prezentacja 7. Praca kontrolna 8. Zadanie praktyczne 9. Praca studenta w trakcie zajęć									
Formy i warunki zaliczenia			A. Sposób zaliczenia Zaliczenie z oceną B. Sposoby weryfikacji i oceny efektów Zaliczenie opiera się na realizacji projektu zespołowego oraz jego prezentacji.						

	Wymagana jest obecność i aktywne uczestnictwo w zajęciach. Dopuszczalne nieobecności oraz sposób ich uzupełnienia ustala prowadzący. Warunki zaliczenia: Uzyskanie pozytywnej oceny z projektu oraz aktywności na zajęciach. Ocena projektu uwzględnia: poprawność merytoryczną, adekwatność do branży kosmetycznej, jakość opracowania oraz sposób prezentacji. Warunki odrabiania zajęć opuszczonych z przyczyn usprawiedliwionych: Odrabianie zajęć odbywa się na zasadach ustalonych indywidualnie z prowadzącym.
Praca własna studenta	Przygotowanie projektu, przygotowanie i wygłoszenie prezentacji, przygotowanie do zajęć

***Formy zajęć: wykład, seminarium, ćwiczenia, laboratorium, projekt, zajęcia praktyczne, praktyka zawodowa**

NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach		
Samodzielne studiowanie		
Udział w ćwiczeniach, laboratoriach, projekcie, seminarium, zajęciach praktycznych	30	30
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń, laboratorium, projektu, seminarium, zajęć praktycznych	10	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	5	
Udział w konsultacjach	1	
Inne	-	
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	51	40
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	1,6	
Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,2	