

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): <b>HUMANISTYCZNE LUB SPOŁECZNE PRZEDMIOTY WYBIERALNE</b>					Kod modułu: A.7.3	
	Nazwa przedmiotu: <b>KAMPANIA REKLAMOWA W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH</b>					Kod przedmiotu: A.7.3.2	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: <b>AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W ELBLĄGU</b>						
	<b>KOSMETOLOGIA</b>						
	Forma studiów: <b>STACJONARNE</b>		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>		Poziom kształcenia: <b>STUDIA I STOPNIA</b>		
	Rok / semestr: <b>3/VI</b>		Status przedmiotu /modułu: <b>WYBIERALNY</b>		Język przedmiotu / modułu: <b>POLSKI</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	Zajęcia praktyczne
	Wymiar zajęć (godz.)				<b>30</b>		
Koordynator przedmiotu / modułu		<b>mgr Rafał Gruchalski</b>					
Prowadzący zajęcia		<b>mgr Rafał Gruchalski</b>					
Cel kształcenia przedmiotu / modułu		Celem zajęć jest zaplanowanie i przeprowadzenie kampanii reklamowej w mediach społecznościowych dostosowanej do profilu firmy oraz grupy docelowej.					
Wymagania wstępne		Ogólna znajomość zasad korzystania z Internetu.					
<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>							
Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się					Kod kierunkowego efektu uczenia się	
01	Zna zasady działania popularnych serwisów społecznościowych i możliwości wykorzystania w biznesie.					K_W43 K_W24	
02	Umie zaplanować kampanię promocyjną marki w mediach społecznościowych.					K_U36 K_K08	
03	Potrafi promować zamieszczane przez siebie treści, pozyskiwać jak największy zasięg odbiorców.					K_U36 K_K08	
04	Tworzy materiały sprzedażowe (content marketing, copywriting, storytelling)					K_U36 K_K08	
05	Wykazuje odpowiedzialność w zamieszczaniu i udostępnianiu postów w mediach społecznościowych.					K_K07	
06	Wykazuje kreatywność w pozyskiwaniu grona odbiorców postów.					K_U40 K_K08	
<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>							
<b>Projekt</b>							
<p>Student podczas zajęć przygotowuje projekt kampanii reklamowej w najpopularniejszych serwisach społecznościowych, takich jak: Facebook, Twitter, Snapchat, YouTube, Messenger, Instagram, Tik Tok, z wykorzystaniem takich narzędzi jak Menadżer reklam czy PowerEditor.</p> <p>Tworzenie materiałów tekstowych, graficznych i audiowizualnych na potrzeby kampanii.</p> <p>Tworzenie własnego „chat bota” i przeprowadzenie kampanii z wykorzystaniem marketingu automation.</p> <p>Optymalizacja prowadzonych działań (kreacje reklamowe, testy A/B).</p> <p>Monitoring Internetu i mediów społecznościowych.</p>							

Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> <li>Guy Kawasaki, Peg Fitzpatrick, Jak cię widzą, tak cię piszą. Sztuka autopromocji w mediach społecznościowych (e-book), Wydawnictwo Onepress, Warszawa, 2017</li> <li>Marcin Żukowski, Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw (e-book), Wydawnictwo Onepress, Warszawa 2017</li> </ol>	
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> <li>Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Marketing 4.0 (ebook), MT Biznes, Warszawa 2017</li> <li>Krzysztof Marzec, Narzędzia Google dla e-commerce, Wydawnictwo Helion, Warszawa 2016</li> <li>Barbara Stawarz, Content Marketing po polsku, PWN, 2017</li> <li>Krzysztof Marzec, Tomasz Trzosło, Adwords i Analytics, PWN, 2017</li> <li>Grzegorz Błażewicz, Rewolucja z Marketing Automation, PWN, 2016</li> </ol>	
Metody kształcenia	Praca w grupach projektowych, dyskusja.	
<b>Metody weryfikacji efektów uczenia się</b>		Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Praca w grupach i prezentacja efektów pracy - projektu		02,03,04, 05,06
Aktywność na zajęciach		01, 06
Formy i warunki zaliczenia	Aktywność na zajęciach – 40 procent Praca w grupach na zasadzie projektowej – 60 procent	
<b>NAKŁAD PRACY STUDENTA</b>		
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	<b>30</b>	<b>30</b>
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	-	
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>51</b>	40
<b>Liczba punktów ECTS za przedmiot</b>	<b>2</b>	
<b>Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej</b>	<b>nauki o zdrowiu - 2</b>	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	<b>1,6</b>	
Liczba punktów ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	<b>1,2</b>	