

### Karta modułu/przedmiotu

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): <b>PRZEDMIOT HUMANISTYCZNY LUB SPOŁECZNY</b>		Kod modułu: <b>A.6 (budownictwo)</b> <b>A.7</b>				
	Nazwa przedmiotu: <b>MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W PRAKTYCE</b>		Kod przedmiotu: A.7.8				
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: <b>INSTYTUT PEDAGOGICZNO - JEZYKOWY</b>						
	Nazwa kierunku: <b>BUDOWNICTWO, INŻYNIERIA ŚRODOWISKA, MECHANIKA I BUDOWA MASZYN</b>						
	Forma studiów: <b>STACJONARNE</b>		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>		Poziom kształcenia: <b>STUDIA I STOPNIA</b>		
	Rok / semestr: <b>1/1 lub</b> <b>3/6 lub</b> <b>4/8</b>		Status przedmiotu /modułu: <b>WYBIERALNY</b>		Język przedmiotu / modułu: <b>POLSKI</b>		
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć (godz.)						<b>30</b> <b>(warsztaty)</b>
	Koordynator przedmiotu / modułu		<b>mgr Rafał Gruchalski</b>				
	Prowadzący zajęcia		<b>mgr Rafał Gruchalski</b>				
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					
<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>							
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		

<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>		
<b>Warsztaty:</b>		
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>Społeczeństwo 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.	
<b>Metody weryfikacji efektów uczenia się</b>		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	
<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 warsztatach	<b>30</b>	-
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń	7	-
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	5	-
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	7	-
Udział w konsultacjach	1	-
Inne	-	-
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>50</b>	0
<b>Liczba punktów ECTS za przedmiot</b>	<b>2</b>	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	<b>0</b>	
Liczba punktów ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	<b>1,2</b>	