

Kampanie w social media

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność Komunikacja w mediach cyfrowych Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14NMKKMCN.22S.11148.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski	
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski	
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia - Wykład: 10, Egzamin - Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy na temat kampanii z wykorzystaniem narzędzi social media;
C2	Zapoznanie studentów z procesami przygotowania, realizacji i audytowania projektów kampanijnych
C3	Przygotowanie studentów do podejmowania decyzji w zakresie planowania kampanii z wykorzystaniem poszczególnych serwisów społecznościowych
C4	Przygotowanie studentów do pracy w sektorze korporacyjnym i agencyjnym w obszarze planowania kampanii i tworzenia strategii dla projektów realizowanych w z wykorzystaniem social media

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza z zakresu ekonomii i marketingu

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Ma wiedzę na temat aktualnie funkcjonującego rynku serwisów społecznościowych	NMK_K2_W01, NMK_K2_W02	Projekt
W2	Zna istotę sytuacji kryzysowych w obszarze social media i jest w stanie nimi zarządzać	NMK_K2_W03, NMK_K2_W10, NMK_K2_W11	Projekt
W3	Rozumie specyfikę budżetowania w social media i badania efektywności wydatkowanych	NMK_K2_W02, NMK_K2_W03, NMK_K2_W05, NMK_K2_W09	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Umie zaplanować kampanię marketingową z wykorzystaniem narzędzi social media	NMK_K2_U03, NMK_K2_U04, NMK_K2_U08, NMK_K2_U09, NMK_K2_U11	Raport
U2	W syntetyczny sposób potrafi zaprezentować i klarownie zwizualizować efekty pracy nad projektem kampanijnym w formie briefu	NMK_K2_U01, NMK_K2_U02, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04	Raport
U3	Potrafi wybrać adekwatne formy treści, aby zwiększać jej zasięg w obszarze treści organicznych i reklamowych	NMK_K2_U03, NMK_K2_U08, NMK_K2_U10, NMK_K2_U11	Raport
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Jest przygotowany do samodzielnego i zespołowego rozwiązywania problemów związanych z bezpieczeństwem działań realizowanych w mediach społecznościowych	NMK_K2_K01, NMK_K2_K02, NMK_K2_K04, NMK_K2_K05	Raport
K2	Wyraża własną opinię na temat treści w obszarze jej estetyki i efektywności zastosowania	NMK_K2_K02, NMK_K2_K04, NMK_K2_K05	Raport
K3	Skutecznie dobiera narzędzia komunikacji z obszaru social media do celów marketingowych	NMK_K2_K02, NMK_K2_K04, NMK_K2_K05, NMK_K2_K06	Raport

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Wstęp do tematyki social media marketingu	W1, W2, W3, K1	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
2.	Ewolucja serwisów społecznościowych i społeczności internetowych	W1, W2, U3	Wykład
3.	Strategia w social media – tworzenie big idea	W1, W2, U1, U2, K2	Wykład, Ćwiczenia
4.	Strategia w social media – konkurencja i cele	W3, U1, U2, K1, K3	Wykład, Ćwiczenia
5.	Strategia w social media – grupy docelowe i wybór kanałów	W3, U1, U2, K1	Wykład, Ćwiczenia
6.	Budżetowanie w kampaniach social media	W1, W2, W3	Wykład
7.	Monitoring w social media	W2, U1, U3	Wykład
8.	Treści w zasięgach organicznych	W2, U2, K3	Wykład
9.	Zarządzanie treścią w social media	U2, U3, K1, K2, K3	Wykład, Ćwiczenia
10.	Zwiększanie zasięgu postów w ruchu organicznym	U1, U2, U3, K3	Ćwiczenia
11.	Kampanie reklamowe w social media	W3, U1, U3	Ćwiczenia
12.	Kryzys w komunikacji marketingowej w social media	U2, U3, K1	Ćwiczenia
13.	Algorytmiczne podstawy komunikacji w social media	W1, U3, K1, K3	Wykład, Ćwiczenia
14.	Projekt kampanijny w social media – audyt prowadzonego projektu	U3, K1, K2, K3	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Metoda warsztatowa, Metoda projektu
Ćwiczenia	Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy, Metoda analizy przypadków

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Blogi: Our Social Times; Wirtualne media; Socjomania
2. Czasopisma: Social media manager; Sprawny Marketing; Marketer+
3. Stawarz B. (2017), Content Marketing i Social Media. Jak przyciągnąć klientów, Warszawa.

Dodatkowa

1. Miłkowski G. (2020), Niech cię widzą w sieci! Blog lub serwis branżowy od podstaw, Gliwice.
2. Stohnij P. (2020), Koniec alfabetu. Jak być liderem nowej generacji.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	10
Ćwiczenia	10
Przygotowanie raportu	30
Przygotowanie projektu	30
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
NMK_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej w zakresie komunikowania w nowych mediach
NMK_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
NMK_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
NMK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
NMK_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
NMK_K2_U09	Absolwent/ka potrafi przygotowywać różne prace pisemne i audiowizualne w języku polskim i języku obcym o tematyce pozostającej w zainteresowaniu dziennikarstwa i komunikacji społecznej, szczególnie w kwestii nowych mediów
NMK_K2_U10	Absolwent/ka potrafi posługiwać się językiem obcym w zakresie dziennikarstwa i komunikowania społecznego, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
NMK_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych w nowych mediach, zagrożeń w przestrzeni internetowej dotyczącej komunikowania
NMK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o bezpieczeństwie
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę nowych mediów, internetu i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji

Kod	Treść
NMK_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców nowych mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług
NMK_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie znaczenie nowych technologii komunikacyjnych w funkcjonowaniu organizacji i sposobach pracy w redakcjach, działach odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne instytucji komercyjnych i niekomercyjnych, a także sposoby prowadzenia działalności gospodarczej w przestrzeni internetowej