

|   |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|---|----------|---|----------------|---------------|-----|-------------------------|-----------------------|---------------|----------------|-----------|---|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Nazwa przedmiotu  |          | Marketing w mediach społecznościowych   |                |               |     |                         |                       | Kod ECTS      | 14.3.E.SZ.2399 |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |          |   |                |               |     |                         |                       | Pkt.ECTS      | 6              |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Jednostka prowadząca przedmiot  |          | IHZ   | Nazwa kierunku |               | MSG | Nazwa specjalności      |                       | MSM;          |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Nazwisko prowadzącego   |          | dr Marcin Krzaczek  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Forma zajęć/Liczba godzin   |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wykład  | 15       | Ćwiczenia   | 15             | Konwersatoria | 0   | Laboratoria komputerowe | 0                     | Seminaria     | 0              | Lektoraty | 0 |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Forma aktywności  |          |   |                |               |     |                         | Rok i rodzaj studiów: |               | 1 SS2,         |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Godziny z udziałem nauczyciela akademickiego (w tym konsultacje, egzaminy i inne):  |          |   |                | 60            |     | Semestr:                |                       | 1,            |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego (samodzielna praca studenta):   |          |   |                | 90            |     | Status przedmiotu:      |                       | Obligatoryjny |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sumaryczna liczba godzin:   |          |   |                | 150           |     | Język wykładowy:        |                       | polski        |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sposób realizacji zajęć   |          | Zajęcia w sali dydaktycznej.  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Metody dydaktyczne  |          | Wykłady z prezentacjami multimedialnymi, Ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących, Dyskusja na zajęciach konwersatoryjnych, Praca w laboratorium komputerowym, Aktywność w grupach, współpraca, Studia przypadków,   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi  |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wymagania formalne  |          | Marketing   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wymagania wstępne   |          | Podstawowa wiedza z zakresu marketingu - definicje pojęć, elementy marketingu mix: reklama, promocja, public relations, obsługa klienta, sponsoring, marketing online. Komunikatywna znajomość języka angielskiego, w tym pojęć business english. Umiejętność obsługi komputera i poruszania się w internecie.  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sposób i forma zaliczenia oraz kryteria oceny   |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Sposób zaliczenia   |          | Zaliczenie na ocenę   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Kryteria oceny  |          | Projekt zaliczeniowy (30%) - projekt kampanii marki w mediach społecznościowych przygotowany w kilkuosobowych grupach; projekt semestralny (30%) - prowadzenie fanpejdży w mediach społecznościowych przykładowej firmy; aktywność na zajęciach (20%); obecność na ćwiczeniach (20%).   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Cele przedmiotu   |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Po zaliczeniu przedmiotu student powinien umieć:  |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>wskazać odpowiednie działania dla organizacji w poszczególnych mediach społecznościowych,</li> <li>stworzyć zarys kampanii marketingowej z uwzględnieniem mediów społecznościowych,</li> <li>mierzyć efekty i skuteczność działań marketingowych w mediach społecznościowych.</li> </ul> |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Efekty uczenia się  |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Wiedza  | MSG2_W02 | ma uporządkowaną, rozszerzoną wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | MSG2_W04 | ma uporządkowaną, rozszerzoną wiedzę szczegółową z zakresu wybranej specjalności na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | MSG2_W08 | zna w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu zjawisk ekonomicznych, w tym techniki pozyskiwania danych, pozwalające opisywać i analizować podmioty gospodarcze funkcjonujące na rynku międzynarodowym oraz procesy i zjawiska w nich i między nimi zachodzące, a także wspomagające procesy podejmowania decyzji (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze) |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | MSG2_W12 | zna i rozumie ogólne pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej (przemysłowej) i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej  |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   | MSG2_W15 | posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą funkcjonowania podmiotów gospodarczych w otoczeniu krajowym i międzynarodowym   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Weryfikacja efektów uczenia się - Wiedza  |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| <table border="1" style="width: 100%; height: 20px;"> <tr> <td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td> </tr> </table>  |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|   |          |   |                |               |     |                         |                       |               |                |           |   |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

| Efekty   | egzamin pisemny | egzamin ustny   | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|--|-----------------|---|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG2_W02                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_W04                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_W08                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_W12                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_W15                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| Umiejętności                                   | MSG2_U02        | umie wykorzystać wiedzę teoretyczną w praktyce, w odniesieniu do funkcjonowania podmiotów gospodarczych na rynku międzynarodowym (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)   |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_U04        | potrafi dokonywać obserwacji i analiz procesów gospodarczych zachodzących w gospodarce otwartej, potrafi interpretować niezbędne w tym zakresie dane statystyczne oraz wskaźniki ekonomiczne, a także prognozować procesy i zjawiska gospodarcze z wykorzystaniem zaawansowanych metod i narzędzi w naukach ekonomicznych |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_U06        | umie wykorzystywać wiedzę do podejmowania nowych wyzwań, do samodzielnego rozstrzygnięcia problemów pojawiających się w pracy zawodowej, związanych z funkcjonowaniem w środowisku wielokulturowym i w odmiennych systemach prawnych i politycznych; charakteryzuje się krytycznym podejściem                             |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_U08        | potrafi wykorzystywać metody i narzędzia, w tym narzędzia statystyczne i techniki pozyskiwania danych w celu weryfikacji prostych hipotez i diagnozowania procesów gospodarczych i na tej podstawie podejmowania właściwych decyzji ekonomicznych   |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_U09        | prawidłowo posługuje się specjalistycznymi pojęciami z zakresu międzynarodowych stosunków gospodarczych oraz wyraża się w sposób precyzyjny (w powiązaniu z wybraną specjalnością na kierunku międzynarodowe stosunki gospodarcze)  |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_U12        | posiada umiejętność prezentowania własnego stanowiska, wątpliwości i sugestii, popierając je argumentacją opartą na wybranych teoriach, poglądach różnych autorów i/lub danych statystycznych   |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
| Weryfikacja efektów uczenia się - Umiejętności |                 |   |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
| Efekty   | egzamin pisemny | egzamin ustny   | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
| MSG2_U02                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_U04                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_U06                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_U08                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_U09                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_U12                                       |                 |   |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| Kompetencje                                    | MSG2_K01        | zna ograniczenia własnej wiedzy oraz umiejętności i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie oraz pogłębiania i uzupełniania nabytej wiedzy i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny; oraz potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób  |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_K05        | potrafi efektywnie uczestniczyć w podejmowaniu i realizacji grupowych zadań projektowych dotyczących funkcjonowania współczesnych podmiotów gospodarczych oraz gospodarki, jako całości w warunkach postępującego umiędzynarodawiania działalności gospodarczej i rozwoju procesów integracyjnych                         |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |
|  | MSG2_K07        | ma świadomość ważności zachowania się w życiu zawodowym w sposób profesjonalny, etyczny, z poszanowaniem różnorodności poglądów i kultur; kieruje się społeczną odpowiedzialnością biznesu  |           |                         |                        |                          |                     |                        |                   |                      |                 |

## Weryfikacja efektów uczenia się - Kompetencje

| Efekty   | egzamin pisemny | egzamin ustny | kolokwium | esej/referat /portfolio | zadania / prace domowe | prezentacja indywidualna | prezentacja grupowa | aktywność na zajęciach | udział w dyskusji | projekt indywidualny | projekt grupowy |
|----------|-----------------|---------------|-----------|-------------------------|------------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| MSG2_K01 |                 |               |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_K05 |                 |               |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |
| MSG2_K07 |                 |               |           |                         |                        |                          | X                   | X                      | X                 |                      | X               |

## Treści programowe

1. Charakterystyka mediów społecznościowych
2. Rodzaje mediów społecznościowych
3. Facebook, czyli must have
4. Twitter - nie tylko dla polityków, dziennikarzy i celebrytów
5. Instagram, czyli 1 zdjęcie to 1000 słów
6. Youtube - czy 1 film to 1000 zdjęć?
7. LinkedIn, Goldenline czyli marketing personalny w dobie rynku pracownika
8. Pozostałe istotne serwisy społecznościowe
9. Blogosfera - blogi, fotoblogi, vlogi, spamblogi
10. Formy działań marketingowych w mediach społecznościowych

## Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej

Literatura obowiązkowa:

*Znajomi na wagę złota: podstawy marketingu w mediach społecznościowych*, Darren Barefoot, Julie Szabo, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011;

*Skuteczne social media: prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty*, Anna Miotk, Helion, Gliwice 2013;

Literatura uzupełniająca:

*Nowe media i wyzwania współczesności*, praca zbiorowa pod redakcją Marka Sokołowskiego, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń 2013;

*Media społecznościowe bez ściemy: jak kreować markę*, Jason Falls, Erik Deckers, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2013;

*Homo irretitus: w sieci serwisów społecznościowych, reklamy i marketingu społecznego*, praca zbiorowa pod redakcją Katarzyny Walotek-Ściańskiej i Michała Szyszki, Wyższa Szkoła Humanitas, Sosnowiec 2014;

*Ewolucja wykorzystania mediów społecznościowych w marketingu*, Grzegorz Mazurek, Nierówności społeczne a wzrost gospodarczy z. 45/2016, s. 23-31;

*Media społecznościowe w procesie komunikacji marketingowej przedsiębiorstw handlu detalicznego z rynkiem*, Marek Drzazga, Studia Ekonomiczne / Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach, nr 140/2013, s. 98-111;

*Media społecznościowe a wizerunek marki*, Magdalena Brzozowska-Woś, Zarządzanie i Finanse, nr 1/2013 cz. 1, str. 53-65;

*Polskie firmy w mediach społecznościowych*, Raport ICAN Research, www.ican.pl

Kontakt

[marcin.krzaczek@ug.edu.pl](mailto:marcin.krzaczek@ug.edu.pl),