

KARTA KURSU

Nazwa	Narzędzia komunikacji i marketingu w Internecie
Nazwa w j. ang.	<i>Marketing and communication tools on the Internet</i>

Kod		Punktacja ECTS*	2
-----	--	-----------------	---

Koordinator	dr Joanna Gajda	Zespół dydaktyczny
-------------	-----------------	--------------------

Opis kursu (cele kształcenia)

Celem kształcenia w ramach kursu jest :

- Poznanie podstawowych zasad komunikacji i marketingu w środowisku Internetu. Zidentyfikowanie roli Internetu w komunikacji społecznej. Uzyskanie wiedzy na temat używania źródeł internetowych w pracach naukowych (przypisy i cytowania, netografia). Uporządkowanie wiedzy o mocnych i słabych stronach wybranych narzędzi. Znajomość zasad netykiety i zagrożeń związanych z kradzieżą tożsamości.
- Nabycie podstawowych umiejętności dotyczących wyszukiwania informacji, krytycznej analizy narzędzi komunikacji, doboru narzędzi komunikacji, tworzenia maili zgodnie z netykietą, efektywnej komunikacji przez Internet. Zdobycie podstawowej umiejętności tworzenia przypisów i cytowania źródeł internetowych, korzystania z google scholar, Wikipedii, wyszukiwarek, portali społecznościowych. Umiejętność pracy w grupie i budowania argumentacji i podstawowa umiejętność doboru źródeł przy tworzeniu prac.
- Rozwinięcie kompetencji społecznych: efektywnej komunikacji, pracy zespołowej, krytycznego podejścia do narzędzi Internetu i świadomego wyboru narzędzi komunikowania.

Warunki wstępne

Wiedza	Posiada podstawową wiedzę o działaniu komputera i środowiska Internetu. Wie jak stworzyć, zapisać i wysłać plik z użyciem poczty email.	
Umiejętności	Umie posługiwać się komputerem na poziomie użytkownika. Umie tworzyć teksty z użyciem programów tekstowych np. Ms Word. Potrafi czytać teksty ze zrozumieniem.	
Kursy	brak	

Efekty kształcenia

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	Student:	
	W1 ma podstawową wiedzę o schemacie i roli komunikacji w internecie, zna definicję marketingu mix , model 4P.	K_W01, K_W02,
	W2 zna specyfikę wybranych narzędzi komunikacji w internecie (wyszukiwarki, portale społecznościowe)	K_W02, K_W03
	W3 wie w jaki sposób może używać źródeł internetowych w pracach naukowych (przypisy i cytowania, netografia).	K_W01, K_W03
	W4 zna pojęcie wikinonii, wymienia podstawowe zasady netykiety, opisuje mocne i słabe strony wybranych narzędzi oraz źródeł np. Wikipedii.	K_W02, K_W05
	W5 zna zagrożenia związane z kradzieżą tożsamości i sposoby przeciwdziałania kradzieży.	K1_W02

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	Student:	
	U01 umie podać przykłady związane z działaniem marketingu i procesem komunikacji w internecie.	K_U01
	U02 umie odszukać i zweryfikować informację znaną w Internecie.	K_U03
	U03 buduje tekst z użyciem przypisów do źródeł internetowych, ocenia jakość źródeł internetowych i tworzy podstawową netografię.	K_U03, K_U02
	U04 potrafi wysyłać maile, odpowiadać na maile, realizować wpisy na forum zgodnie z netykietą	K_U01

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	Student:	
	K01 jest zdolny do efektywnej pracy w zespole, także w przypadku różnic dotyczących poglądów.	K_K03, K_K04
	K02 zdaje sobie sprawę ze specyfiki komunikowania w Internecie i rozumie potrzebę pogłębianie swojej wiedzy w tym obszarze.	K_K04
	K03 ostrożnie podchodzi do znalezionych w zasobach Internetu informacji. Ma świadomość szans i zagrożeń płynących z zastosowania sieciowych narzędzi.	K_K01
	K04 świadomie korzysta z narzędzi komunikacji w internecie uwzględniając mocne i słabe strony tych narzędzi.	K_K01

Organizacja studia stacjonarne													
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach											
		A		K		L		S		P		E	
Liczba godzin		15											
	Studia niestacjonarne												
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach											
		A		K		L		S		P		E	
Liczba godzin		10											

Opis metod prowadzenia zajęć
 Studia stacjonarne i niestacjonarne:

Praca w podgrupach, miniwykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza i interpretacja tekstów źródłowych, omawianie przykładów, dyskusja moderowana, prezentacja efektów prac grupowych.

Formy sprawdzania efektów kształcenia Studia stacjonarne i niestacjonarne

	E-learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W1								x				x	
								x				x	
W3	x						x			x			
W4								x				x	
W5								x				x	
U1								x		x			
U2	x						x			x			
U3							x	x		x			
U4												x	x
K1							x	x		x			
K2								x		x			
K3								x				x	
K4								x				x	

Kryteria oceny	Na zaliczenie przedmiotu składają się (łącznie) następujące, punktowane elementy: ☐ merytoryczna obecność na zajęciach: przeczytanie ze zrozumieniem zadanych tekstów, znajomość zadanych treści, możliwość zabrania głosu w dyskusji ☐ możliwa jedna nieusprawiedliwiona nieobecność (1,5h), pozostałe nieobecności na zajęcia (nie więcej niż dwie) wymagają zdania wszystkich tekstów do miesiąca od nieobecności, przed rozpoczęciem sesji egzaminacyjnej. Studenci którzy, nie uzyskają pełnej obecności lub/i bez usprawiedliwionej przyczyny, będą nieobecni-nieprzygotowani do zajęć 4 lub więcej razy, nie uzyskują prawa do zaliczenia kursu. ☐ pozytywna ocena ze wszystkich prac grupowych (praca pisemna) i indywidualnych (prace na wu). Prace można poprawiać jeden raz, prace przesłane później niż 14 dni od daty uzyskania oceny nie są brane pod uwagę. Ocena z prac jest średnią. W wyjątkowych przypadkach praca może mieć charakter indywidualny - nie jest wtedy oceniana na stopień. ☐ zaliczenie kolokwium końcowego.
----------------	---

	Osoby, które były aktywne na zajęciach i uzyskają średnią z prac powyżej 4,5 są zwolnione z kolokwium. Zaliczenie wymaga aktywnego korzystania z narzędzi internetowych (poczta email, googledocs, wirtualna uczelnia, wyszukiwarki).
--	---

Uwagi	Przepisanie zaliczenia jest możliwe jeżeli kurs o tym samym zakresie merytorycznym (karta kursu) został zrealizowany w tym samym wymiarze godzin.
-------	---

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikacja, marketing, internet - definiowanie pojęć. 2. Zasady komunikacji w Internecie. Netykieta w ramach narzędzi takich jak: email, forum, portale społecznościowe. 3. Zjawisko Wikinomii m.in. na przykładzie Wikipedii - tworzenie przypisów i cytowań. 4. Poszukiwanie informacji naukowych z wykorzystaniem Internetu. Wyszukiwarki specjalistyczne – wprowadzenie. 5. Portale społecznościowe jako narzędzie komunikacji. 6. Narzędzia marketingu i budowania wizerunku. Zagrożenia związane z kradzieżą tożsamości - podstawowe informacje. 7. Narzędzie komunikacji w Internecie i dobre praktyki. 8. Podsumowanie i ewaluacja zajęć. |
|--|

Wykaz literatury podstawowej

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ♣ Halvais Alexander, <i>Wyszukiwarki internetowe a społeczeństwo</i>, Warszawa 2012. ♣ Jemielniak Dariusz, <i>Życie wirtualnych dzikich</i>, Warszawa 2013. ♣ Kielban Łukasz, <i>Netykieta – Kultura komunikacji w sieci</i>, http://czasgentlemanow.pl/wp-content/uploads/2014/05/Netykieta-e-book.pdf [03.09.2017]. ♣ Kulczycki Emanuel, <i>Wykorzystanie mediów społecznościowych przez akademickie uczelnie wyższe w Polsce. Badania w formule otwartego notatnika</i>. w: Kulczycki, E., Wendland, M. (red.). <i>Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji</i>, Poznań 2012, s. 89-109, http://hdl.handle.net/10593/2853 10.08.2017] ♣ Papińska-Kacperek Joanna, <i>Przykłady zastosowań serwisów społecznościowych</i>, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”, 2011, vol. 656, nr. 28, http://www.wneiz.univ.szczecin.pl/nauka_wneiz/studia_inf/28-2011/si-28-369.pdf. |
|---|

[dostęp: 10.04.2015]. LUB INNE.

- ♣ Stewart John, *Komunikacja interpersonalna*, [w:] *Mosty zamiast murów*, red. J. Stewart, Warszawa 2006, s. 36-58.
- ♣ Tapscott Don, Anthony D. Williams, *Wikinomia, O globalnej współpracy, która zmienia wszystko*, Warszawa 2008.
- ♣ Trejderowski Tomasz, *Kradzież tożsamości. Terroryzm informatyczny*, Warszawa 2013.

Wykaz literatury uzupełniającej

- ♣ Evans Liana, *Social Media Marketing. Odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych*, Gliwice 2011
- Mieczysław Kłopotek, *Inteligentne wyszukiwarki internetowe*, Warszawa 2001.
- ♣ Leun Gerard Van der, Mandel Thomas, *Netykieta czyli Kodeks dla internautów*, Warszawa 1998.
- ♣ Kozinets Robert V., *Netnografia. Badania etnograficzne online*, Warszawa 2012.
- ♣ Radomski Andrzej, *Alternatywne przestrzenie do prowadzenia działalności wiedzotwórczej i edukacyjnej a nowe technologie informatyczne*, [w:] *Co po kryzysie*, red. G. Skąpska, M. S. Szczepański, Ż. Stasieniuk, Warszawa 2016.
- ♣ Rynkiewicz Rafał, *Netykieta dla Was*, <http://www.netykieta.dlawas.net/> - [dostęp: 05.10.2013].

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) studia stacjonarne

Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	3
Ilość godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	2
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	5
	Przygotowanie do egzaminu	15
Ogółem bilans czasu pracy		50
Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) studia niestacjonarne

Ilość godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	10
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	3
Ilość godzin pracy studenta	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	2

bez kontaktu z prowadzącymi	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	10
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	10
	Przygotowanie do egzaminu	15
Ogółem bilans czasu pracy		50
Ilość punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2