

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

Moduł kształcenia: Zarządzanie treścią w mediach społecznościowych

Kod modułu: 09-ZN-S2-ZTWS

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
ZTWMS_1	Student posiada wiedzę o podstawowych procesach występujących w zarządzaniu treścią w mediach społecznościowych.	K_W03	5
ZTWMS_2	Student zna mechanizmy i narzędzia pozwalające prowadzić efektywne zarządzanie.	K_W04	4
ZTWMS_3	Definiuje cele i zakres działania mediów społecznościowych, potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę teoretyczną do analizowania procesów i zjawisk występujących we współczesnych procesach ekonomicznych dotyczących przedsiębiorstw działających w wirtualnej przestrzeni.	K_U03	5
ZTWMS_4	Student potrafi przygotować projekt modelu zarządzania treścią w sieci, potrafi dokonać wyboru odpowiednich mediów społecznościowych do profilu działalności firmy.	K_U02	4
ZTWMS_5	Student potrafi kierować zespołami ludzkimi, stawiając cele, wybierając metody i narzędzia ich realizacji.	K_K01	4
ZTWMS_6	Student posiada umiejętność analizowania zjawisk społecznych i ich wpływu na procesy zarządcze.	K_K02	3

3. Opis modułu	
Opis	Celem zajęć jest nabycie przez studentów kompetencji dotyczących sprawnego poruszania się w świecie cyfrowym. W trakcie zajęć prowadzonych w formie grup zadaniowych studenci – obok klasycznych kompetencji menedżerskich – posiadają wiedzę i umiejętności w zakresie m.in.: wdrażania zmian opartych na IT, zarządzania technologią informacyjną, uczenia się w środowisku wirtualnym, budowy innowacyjnych modeli zarządzania treścią, wykorzystania społeczności zewnętrznych do tworzenia innowacji, rozwiązywania problemów i pozyskiwania produktów, efektywnej komunikacji z otoczeniem, budowy pozytywnego wizerunku i fidelizacji konsumentów w bardzo konkurencyjnym środowisku. Założeniem realizacji programu jest kształcenie nowoczesnych menedżerów, którzy będą w stanie proaktywnie i efektywnie wykorzystywać nowe media do tworzenia wartości w życiu zawodowym, społecznym i prywatnym. W trakcie zajęć studenci nabędą praktyczną wiedzę dotyczącą rozwiązywania konkretnych problemów menedżerskich za pomocą mediów społecznościowych. Uczą się także jak – wykorzystując nowoczesne technologie informacyjne – kreatywnie

	wychodzić poza ramy organizacji i budować owocne relacje z otoczeniem gospodarczym i społecznym oraz jak w sposób efektywny zarządzać treścią w wirtualnym świecie.
Wymagania wstępne	Kompetencje związane ze sprawnym poruszaniem się w wirtualnej przestrzeni. Umiejętności związane z planowaniem i koordynacją pracy.

4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty uczenia się modułu
ZTWMS_w_1	Sprawdzian	Na ocenę końcową mają wpływ: stopień opanowania wiedzy i nabycie umiejętności jej wykorzystania, aktywność na zajęciach oraz wykonanie projektu. Ogólna wiedza na temat poruszania się w Internecie i w mediach społecznościowych.	ZTWMS_1, ZTWMS_2
ZTWMS_w_2	Ocena ciągła	Zajęcia w formie konwersatoryjnej, dyskusja problemowa. Prowadzący powołuje zespoły zadaniowe, które przygotowują prezentacje dotyczące poszczególnych problemów. Następnie analizowane są kolejne alternatywne możliwe warianty rozwiązania problemu, w dyskusji ujawnia się umiejętność zastosowania wiedzy teoretycznej dla oceny i wyboru najwłaściwszego wariantu rozwiązania (rozstrzygnięcia praktycznego problemu), po zakończeniu dyskusji na dany temat prowadzący dokonuje krótkiego podsumowania obejmującego ocenę wypowiedzi dyskutantów.	ZTWMS_3, ZTWMS_4, ZTWMS_5, ZTWMS_6

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów uczenia się
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
ZTWMS_fs_1	wykład	Wykłady połączone z dyskusją oraz prezentacją multimedialną. Analiza największych portali społecznościowych świata dyskusja „za” i „przeciw”. Wybór przez studentów jednego rodzaju MS i przygotowanie projektu zarządzania treścią w mediach społecznościowych na zaliczenie.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	ZTWMS_w_1
ZTWMS_fs_2	ćwiczenia	Ćwiczenia metoda aktywizująca – praca w małych grupach. Projekt musi spełniać następujące elementy: wybór portalu i przedsiębiorstwa do analizy, analiza wykorzystania portalu przez wybraną firmę lub dla wybranej firmy stworzenie strategii przy użyciu mediów społecznościowych.	15	Samodzielne przygotowanie się do każdych zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	ZTWMS_w_2