

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-ZTWMS

**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**

<b>Opis</b>	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.
<b>Wymagania wstępne</b>	Kompetencje związane ze sprawnym poruszaniem się w wirtualnej przestrzeni. Umiejętności związane z planowaniem i koordynacją pracy.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
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

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
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 każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie indywidualnych projektów.	15	ZTWMS_w_2