

KARTA PRZEDMIOTU

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Media społecznościowe – sieci społecznościowe
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Social media - social networks
Kierunek studiów	humanistyka cyfrowa
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	literaturoznawstwo
Język wykładowy	polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	dr Grzegorz Jędrak
---	--------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład			2
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty	30	2	
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	Korzystanie z mediów społecznościowych
-------------------	--

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

C1. Zapoznanie się ze specyfiką mediów społecznościowych, głównymi pojęciami i najważniejszymi sieciami społecznościowymi.
C2. Zdobywanie podstawowych umiejętności wykorzystania mediów społecznościowych w celach zawodowych, edukacyjnych i badawczych.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Student identyfikuje sposoby skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych, pozwalające na budowanie dobrych relacji w społeczności.	K_W02
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Student przygotowuje wypowiedzi pisane lub mówione na potrzeby mediów społecznościowych, wykorzystując multimedia oraz aplikacje wspierające tworzenie treści do mediów społecznościowych.	K_U03
U_02	Student opisuje problem na potrzebę rozmowy w mediach społecznościowych i moderować taką komunikację z udziałem osób o różnych kompetencjach językowych.	K_U04
U_03	Student posługuje się mediami społecznościowymi indywidualnie i zespołowo, wyznaczając możliwe do osiągnięcia cele i dobierając efektywne środki dla takich celów.	K_U05
U_04	Student stosuje odpowiednie technologie informatyczne w zakresie zdobywania informacji na potrzeby komunikacji w mediach społecznościowych.	K_U08
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Student samodzielnie decyduje o zakresie własnej pracy, przyjmuje odpowiedzialność za osiągnięcie wyznaczonych przez siebie celów i potrafi rozpoznać sytuację, w której do osiągnięcia celu wymagane będzie wsparcie eksperckie.	K_K02
K_02	Student wspiera popularyzację wiedzy i idei humanistycznych przy wykorzystaniu technologii cyfrowych, znając korzyści z takiego podejścia.	K_K05

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

Przedmiot, korzystając z metody projektowej, skupia się na praktycznym wykorzystaniu mediów społecznościowych w celach zawodowych, edukacyjnych i badawczych. Pracując nad konkretnymi profilami w mediach społecznościowych studentki i studenci będą przyswajali sobie wiedzę z zakresu skutecznej komunikacji i budowania społeczności, a także planowania, realizacji i analizy wyników.

Grupa pozna także korzyści płynące z popularyzacji wiedzy i podejścia opartego na edukowaniu odbiorcy. Omówione i przetestowane zostaną zasady budowania społeczności i tworzenia treści.

Praca nad projektami uzupełniona zostanie o wiedzę praktyczną oraz wykorzystanie narzędzi pomagających w skutecznej komunikacji. W toku zajęć zostaną też omówione główne portale społecznościowe.

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	wykład konwersatoryjny	Zaliczenie ustne	Karta zaliczeniowa
UMIĘTNOŚCI			
U_01	metoda projektu	Wykonanie projektu	Karta oceny projektu
U_02	metoda projektu	Wykonanie projektu	Karta oceny projektu
U_03	metoda projektu	Wykonanie projektu	Karta oceny projektu
U_04	metoda projektu	Wykonanie projektu	Karta oceny projektu
U_05	metoda projektu	Wykonanie projektu	Karta oceny projektu
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	praca w grupie	obserwacja	protokół z obserwacji
K_02	praca w grupie	obserwacja	protokół z obserwacji

VI. Kryteria oceny, wagi...

60% - realizacja zadań wynikających z podziału zadań w grupie w ramach zleconych projektów.

40% - aktywny udział w rozwiązywaniu zadanych problemów i zadań.

Kryteria oceny:

Ocena bardzo dobra 100% - 90%

Ocena dobra 89%-69%

Ocena dostateczna 68%-50%

Ocena niedostateczna równe lub mniejsze 49%

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Berger J., <i>Efekt wirusowy w biznesie. Dlaczego pewne produkty i usługi zdobywają rynek</i> , Warszawa 2013.
Jabłoński A., https://arturjablonski.com/
Pawlicka U., <i>Na marginesie rozważań o literaturze cyfrowej w kontekście posthumanizmu</i> , http://wakat.sdk.pl/na-marginesie-rozwazan-o-literaturze-cyfrowej-w-kontekscie-posthumanizmu/ .
Literatura uzupełniająca
Jabłoński A., <i>Skuteczna reklama na Facebooku</i> , 2019.
Jenkins H., <i>Kultura konwergencji. Zderzenie starych i nowych mediów</i> , Warszawa 2007.
Lister M., <i>Nowe media. Wprowadzenie</i> , Kraków 2009.

McLuhan M. *Wybór pism*, Warszawa 1975.

Castells M., *Sieci oburzenia i nadziei: ruchy społeczne w erze internetu*, Warszawa 2013.

Lessig L., *Remiks. Aby sztuka i biznes rozkwitały w hybrydowej gospodarce*, Warszawa 2009.