



obowiązuje od: 2016/2017

**karta modułu**

numer modułu	Moduł Z/ 10										
nazwa modułu	Moduł specjalnościowy (1) MEDIAWORKING W MARKETINGU							punkty ECTS	16	lider modułu	dr J. Osuch
kierunek	ZARZĄDZANIE I stopień	rok	III	semestr	5	status	obligatoryjny	jęz. wykładowy	polski	liczba godzin kontaktowych łącznych	104

**ISTOTA I CELE MODUŁU**

Krótki opis i katalog celów

Celem modułu jest doskonalenie wiedzy i umiejętności praktycznych w obszarze wybranej specjalności - Mediaworking w marketingu

**STRUKTURA MODUŁU**

numer kursu	Moduł Z/ 10	kurs 1	Moduł Z/ 10	kurs 2	Moduł Z/ 10	kurs 3	Moduł Z/ 10	kurs 4
nazwa kursu	Social media i blogging		Animacja i wizualizacja komputerowa		Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny		E-biznes	
prowadzący	mgr K. Dembczyński		dr M. Mikłasz		mgr K. Dembczyński, mgr M. Jagielska		dr A. Kaczmarek	
punkty ECTS	4		4		4		4	

**EFEKTY KSZTAŁCENIA**

obszar efektów	opis efektu kształcenia	odniesienie do KIERUNKOWYCH efektów kształcenia	kurs realizujący dany efekt	sposoby weryfikacji efektów kształcenia										
				egzamin pisemny	zaliczenie pisemne	praca pisemna (esej, referat, itp.)	ćwiczenia, zadania	test wiedzy	projekty zespołowe	projekty indywidualne	prezentacja zadania indywidualnego / grupowego	udział w dyskusji	case study indywidualnie	case study zespołowo
				Sposób weryfikacji efektu kształcenia										
WIEDZA	Student zna i rozumie znaczenie oraz instrumenty mediów społecznościowych w oddziaływaniu marketingowym.	Z1_W13 Zna i rozumie	Social media i blogging				X			X				
	Student posiada wiedzę teoretyczną dotyczącą tworzenia grafiki 3D i animacji, rozumie specyfikę wykonywania animacji i wizualizacji komputerowej.	Z1_W13 Zna i rozumie	Animacja i wizualizacja komputerowa				X			X				
	Student posiada wiedzę w zakresie projektowania obiektów graficznych dla potrzeb biznesu (m.in. logotypy, obiekty sztuki użytkowej) oraz projektowania części maszyn i urządzeń, zna i rozumie zasady działania rynku i oddziaływania na uczestników rynku za pośrednictwem technik sprzedaży i nowoczesnych technik marketingowych.	Z1_W14 Posiada pogłębioną wiedzę w zakresie wybranej	Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny				X			X				
	Student, wie na czym polega prowadzenie nowoczesnego przedsiębiorstwa we współczesnych warunkach gospodarowania. Student wie, na czym polegają podstawowe zasady prowadzenia e-biznesu.	Z1_W11 Rozumie istotę przedsiębiorczości oraz zna	E-biznes				X			X		X		
UMIĘTNOŚCI	Student potrafi wykorzystywać instrumenty mediów społecznościowych w oddziaływaniu marketingowym, potrafi przygotować komunikat marketingowy do wykorzystania w social media.	Z1_U2 Potrafi diagnozować i	Social media i blogging				X			X				
	Student nabywa praktycznej umiejętności wykonania animacji oraz wizualizacji komputerowej zgodnie z istniejącymi standardami, w tym: przygotowania własnego projektu (samodzielnie).	Z1_U10 Posiada umiejętności	Animacja i wizualizacja komputerowa				X			X				
	Student potrafi posługiwać się technikami informacyjno-komunikacyjnymi z zakresu grafiki komputerowej, komunikować się poprzez przekaz, obraz; posiada umiejętność doboru kolorów, kształtów i innych elementów wpływających na estetykę materiałów.	Z1_U6 Posiada umiejętności w zakresie komunikacji	Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny				X			X				
	Student potrafi zaplanować wykorzystanie oraz zastosować narzędzia i technologie informatyczne do prowadzenia własnego biznesu.	Z1_U10 Posiada umiejętności	E-biznes							X				
KOMPETENCJE SPOŁECZNE	Jest otwarty na opinie i poglądy innych, rozumie konieczność dostosowywania własnych projektów do potrzeb ostatecznych użytkowników.	Z1_K1 Myśli logicznie i	Social media i blogging				X			X				
	Rozumie i akceptuje konieczność samodzielnej pracy niezbędnej do podnoszenia własnych kwalifikacji.	Z1_K3 Ma świadomość poziomu	Animacja i wizualizacja komputerowa				X			X				
	Jest otwarty na opinie i poglądy innych, rozumie konieczność dostosowywania własnych projektów do potrzeb ostatecznych użytkowników.	Z1_K1 Myśli logicznie i analitycznie, rozumie potrzebę	Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny				X			X				
	Student jest przedsiębiorczy, kreatywny, potrafi prawidłowo przygotować się do swojej pracy i jest otwarty na komercyjne wykorzystanie swoich kompetencji.	Z1_K6 Przyjmuje postawę przedsiębiorczą; jest gotowy do	E-biznes							X		X		

**NAKŁAD PRACY STUDENTA**

nazwa kursu	Social media i blogging		Animacja i wizualizacja komputerowa		Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny		E-biznes	
struktura nakładu pracy	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26	liczba godzin kontaktowych	26
	w tym:	26	w tym:	26	w tym:	26	w tym:	26
	wykład		wykład		wykład		wykład	6
	ćwiczenia	12	ćwiczenia		ćwiczenia	12	ćwiczenia	
	e-learning		e-learning		e-learning		e-learning	
	laboratorium	14	laboratorium	26	laboratorium	14	laboratorium	18
	seminarium		seminarium		seminarium		seminarium	
	warsztat praktyczny		warsztat praktyczny		warsztat praktyczny		warsztat praktyczny	
	wizyta studyjna		wizyta studyjna		wizyta studyjna		wizyta studyjna	
	inne...		inne...		inne...		inne...	
	konsultacje		konsultacje		konsultacje		konsultacje	
	zaliczenia, egzaminy		zaliczenia, egzaminy		zaliczenia, egzaminy		zaliczenia, egzaminy	2
	lektorały		lektorały		lektorały		lektorały	
	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74	praca własna studenta	74
	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100	łącznie nakład pracy studenta	100

nazwa kursu	Social media i blogging	Animacja i wizualizacja komputerowa	Komunikacja wizualna i przekaz multimedialny	E-biznes
	<b>METODY DYDAKTYCZNE</b>			
	<i>Adekwatne metody</i>	<i>Adekwatne metody</i>	<i>Adekwatne metody</i>	<i>Adekwatne metody</i>
	Ćwiczenia, zadania projekt indywidualny	Ćwiczenia, zadania projekt indywidualny	Ćwiczenia, zadania projekt indywidualny	wykład prezentacja multimedialna ćwiczenia z wykorzystaniem metod aktywizujących dyskusja grupowa case study
	<b>WYMAGANIA WSTĘPNE I FORMALNE</b>			
	<i>Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu</i>	<i>Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu</i>	<i>Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu</i>	<i>Które moduły/kursy powinien zaliczyć student przed rozpoczęciem kursu</i>
	Moduł: Marketing, Moduł: Kluczowe kompetencje dla biznesu.	Moduł: Marketing, Moduł: Kluczowe kompetencje dla biznesu.	Moduł: Marketing, Moduł: Kluczowe kompetencje dla biznesu.	Biznes w działaniu, Ekonomia stosowana, Marketing.
	<b>FORMY I KRYTERIA ZALICZENIA</b>			
	<b>ocena końcowa</b>	<b>zaliczenie</b>	<b>ocena końcowa</b>	<b>zaliczenie</b>
	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>	<i>Adekwatne formy zaliczeń</i>
	ćwiczenia, zadania	30	projekty indywidualne	100
	projekty indywidualne	70		
	Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:	Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:	Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:	Procent wymaganej wiedzy dla uzyskania oceny:
	bardzo dobry >90% dobry plus 81%-90% dobry 71% - 80% dostateczny plus 61%-70% dostateczny 51% - 60% niedostateczny <50%	bardzo dobry >90% dobry plus 81%-90% dobry 71% - 80% dostateczny plus 61%-70% dostateczny 51% - 60% niedostateczny <50%	bardzo dobry >90% dobry plus 81%-90% dobry 71%-80% dostateczny plus 61%-70% dostateczny 51%-60% niedostateczny <50%	bardzo dobry >90% dobry plus 81%-90% dobry 71%-80% dostateczny plus 61%-70% dostateczny 51%-60% niedostateczny <50%
	<b>CELE EDUKACYJNE KURSU</b>			
	<i>Skatalogowane cele kursu</i>	<i>Skatalogowane cele kursu</i>	<i>Skatalogowane cele kursu</i>	<i>Skatalogowane cele kursu</i>
	Celem kursu jest doskonalenie umiejętności wykorzystania socia media/mediów społecznościowych w działaniach marketingowych organizacji.	Celem kursu jest rozwój umiejętności posługiwania się narzędziami i technikami informatycznymi w zastosowaniach animacji i wizualizacji komputerowej.	Student po zakończeniu kursu będzie rozumiał zasady budowy złożonego przekazu multimedialnego. Nauczy się interpretować i analizować techniki montażu nieliniowego materiału opartego na dynamicznym obrazie wpisuującego się w mainstream. Będzie potrafił samodzielnie zweryfikować jakość materiałów promocyjnych oraz nauczyć się współpracować ze specjalistami z dziedziny IT i grafiki komputerowej w trakcie tworzenia materiału graficznego.	1/Opanowanie umiejętności samodzielnej sprzedaży produktów i usług poprzez internet; 2/Wyposażenie słuchacza umiejętność samodzielnego zarządzania sprzedażą w internecie; 3/Opanowanie wiedzy i umiejętności niezbędnych do tworzenia własnych modeli zarządzania sprzedażą w sieci 4/Opanowanie podstaw promocji i reklam z wykorzystaniem internetu (w tym mediów społecznościowych); 5/Opanowanie metod skutecznej komunikacji z klientami poprzez sieć (w tym obsługa posprzedażowa).
	<b>TRĘŚCI PROGRAMOWE</b>			
	<i>Zakres merytoryczny kursu</i>	<i>Zakres merytoryczny kursu</i>	<i>Zakres merytoryczny kursu</i>	<i>Zakres merytoryczny kursu</i>
	1. Media społecznościowe. Zakres przedmiotu, główne problemy i zagadnienia; 2. Rodzaje mediów społecznościowych; 3. Funkcje i cele MS; 4. Metodyka wykorzystania MS w działaniach przedsiębiorstwa; 5. Największe MS na świecie; 6. Skuteczność komunikacji poprzez MS; 7. Specyfika komunikacji poprzez MS (warsztat praktyczny); 8. Analiza największych portali społecznościowych świata; 9. Wybór przez studentów jednego rodzaju MS i przygotowanie projektu na zaliczenie.	1. Wprowadzenie do zaawansowanej grafiki komputerowej, złożone architektury systemów graficznych; 2. Percepcja w grafice komputerowej, barwa w grafice komputerowej, przestrzeń barw, reprezentacja koloru, kalibracja, obrazy HDR; 3. Techniki programowania grafiki komputerowej, optymalizacja algorytmów grafiki komputerowej; 4. Złożone problemy jakości obrazów, algorytmy kompresji obrazów; 5. Algorytmy kodowania informacji obrazowej; 6. Definiowanie sceny 3D, model kamery, praca z wierzchołkami, zastosowanie transformacji trójwymiarowych; 7. Teksturowanie, modele oświetlenia i metody cieniowania; 8. Synteza obrazów rzeczywistych: metoda śledzenia promieni, radiosity, mapowanie fotonowe Programowanie grafiki: Pierwsze kroki w OpenGL lub DirectX.	1. Nowe a stare media. Charakterystyka nowych mediów; 2. Estetyka w nowych mediach; 3. Mechanizmy percepcji – schematy poznawcze; 4. Zasady montażu nieliniowego w filmie i animacji (planowanie i analiza); 5. Planowanie struktury przekazu wizualnego; 6. Komunikacja wizualna materiałów drukowanych; 7. Identyfikacja firmy (logo, materiały promocyjne, wizerunek w promocji); 8. Struktura animacji (kluczowanej, progresywnej i poklatkowej); 9. Budowanie statycznych struktur graficznych (prezentacja, infografika); 10. Budowa identyfikacji znaków.	1/Obsługa systemu zarządzania treścią, służącego do sprzedaży poprzez internet; 2/Zasady promocji produktów i usług w internecie; 3/Zasady promocji produktów i usług z wykorzystaniem social mediów; 4/ Symulacja sprzedaży, obsługi klienta (w tym potencjalnego klienta) poprzez internet; 5/Tworzenie kontentu sprzedażowego przy użyciu narzędzi internetowych; 6/Logistyka w obsłudze internetowych narzędzi sprzedażowych (ruch produktów, stany magazynowe); 7/ Formy organizacji płatności i wysyłki produktów.
	<b>WYKAZ LITERATURY PODSTAWOWEJ I UZUPEŁNIAJĄCEJ</b>			
	<i>Zalecane pozycje literatury</i>	<i>Zalecane pozycje literatury</i>	<i>Zalecane pozycje literatury</i>	<i>Zalecane pozycje literatury</i>
	literatura podstawowa	literatura podstawowa	literatura podstawowa	literatura podstawowa
	M. Żukowski, Twoja firma w social mediach Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw, Helion, 2016. B.J.Mendelson, Social media to ścieżka, Helion 2014.	1/ T.Mullen, Blender. Mistrzowskie animacje 3D, Wydawnictwo Helion 2010. 2/P.Rick, Animacja komputerowa. Algorytmy i techniki, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2011.	1/ W. Gajda, GIMP- Praktyczne projekty, 2015. 2/A. Frutiger, Człowiek i jego znaki, Wyd. Do, Warszawa, 2005. 3/ D. Airey, Logo Design Love, Wyd. Helion, Gliwice 2010.	1/Bonek T., Smaga M., Biznes w internecie, Wolters Kluwer, Warszawa 2012; 2/ Cendrowska B., Sokół A., Żylińska P., E-marketing dla małych i średnich przedsiębiorstw, CeDeWu, Warszawa 2014; 3/Bonek T., Smaga M., Jak zarabiać w internecie, Wolters Kluwer, Warszawa 2015; 4/Dutko M., E-biznes. Poradnik praktyka, Helion, Warszawa 2012; 5/Sosna Ł., E-biznes. 50 kroków do pozyskania klientów na twojej stronie www, Nakom, Warszawa 2011.
	literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca	literatura uzupełniająca
	Mac A., E-przyjaciele: zobacz co media społecznościowe mogą zrobić dla Twojej firmy, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2011. Evans L., Social media marketing: odkryj potencjał Facebooka, Twittera i innych portali społecznościowych, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2011. Barefoot D., Zjaniom na wagę złota: podstawy marketingu w mediach społecznościowych, Wydawnictwo Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2011. D. Chaffey E-Business and E-Commerce Management, Wydawnictwo Prentice Hall, Warszawa 2009.	1. W. Gajda, GIMP- Praktyczne projekty, 2015.	G. Hardy, Podręcznik projektantów logo. Smashing Magazine, Wydawnictwo Helion, 2012.	1/ Czubała A. (red.), Podstawy marketingu, PWE, Warszawa 2012; 2/De Tienne K.B., Komunikacja elektroniczna, Wolters Kluwer, Warszawa 2009; 3/Zelek M., Sprzedaż przez internet. Aspekty prawne, Difin, Warszawa 2012.