* + - 1. **KARTA PRZEDMIOTU**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | * + - 1. **Treści i obraz w e-marketingu - projekt** |

**1. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów**

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1. Kierunek studiów | **Zarządzanie** |
| 1.2. Forma i ścieżka studiów | **Niestacjonarne** |
| 1.3. Poziom kształcenia | **Studia II stopnia** |
| 1.4. Profil studiów | **Praktyczny** |

|  |  |
| --- | --- |
| 1.5. Specjalność | **E-biznes i nowoczesne formy marketingu** |
| 1.6. Koordynator przedmiotu | **mgr Klaudia Górska** |

**2. Ogólna charakterystyka przedmiotu**

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1. Przynależność do grupy przedmiotu | **Do wyboru/praktyczny** |
| 2.2. Liczba ECTS | **2** |
| 2.3. Język wykładów | **Polski** |
| 2.4. Semestry, na których realizowany jest przedmiot | **II** |
| 2.5.Kryterium doboru uczestników zajęć | **Dla specjalności E-biznes i nowoczesne formy marketingu** |

1. **Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć**
   1. **Cele przedmiotu**

|  |  |
| --- | --- |
| **Lp.** | **Cele przedmiotu** |
|
| C1 | Zapoznanie studentów z rolą informatyki oraz panującymi trendami w kreowaniu treściami i obrazami w e-marketingu, |
| C2 | Zapoznanie studentów z narzędziami informatycznymi, które mogą wspierać tworzenie contentu. |
| C3 | Zapoznanie studentów z programami informatycznymi we współczesnym świecie i wykorzystywanymi w tworzeniu obrazów w e-marketingu. |
| C4 | Zdobycie wiedzy i umiejętności z zakresu dystrybucji treści w mediach społecznościowych oraz konsekwentne ich wykorzystanie ze świadomością odpowiedzialności za treści. |
| C5 | Zdobycie wiedzy i umiejętności z zakresu optymalizacji stron internetowych |

* 1. **Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje, wraz z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Opis przedmiotowych efektów  uczenia się** | **Odniesienie do  kierunkowych efektów**  **uczenia się (symbole)** | **Sposób realizacji (zaznaczyć „X”)** | | | |
| **ST** | | **NST** | |
| **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** | **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **wiedzy** zna i rozumie | | | | | | |
| W1 | Zasady z zakresu tworzenia treści e-marketingu: tworzenia strategii content marketingowej, jej realizacji i kanałów dystrybucji treści. | Z2\_W02  Z2\_W05 |  |  | X |  |
| W2 | Zasady z zakresu tworzenia treści  w formie obrazu w e-marketingu: specyfikacja i narzędzia do tworzenia obrazu w Internecie. |  |  | X |  |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** potrafi | | | | | | |
| U1 | Używać narzędzi stosowanych w zarządzaniu treściami wykorzystywanymi w e-marketingu i stosować je w praktyce. | Z2\_U13 |  |  | X |  |
| U2 | Używać narzędzi stosowanych w zarządzaniu treścią w formie obrazu, wykorzystywanymi w e-marketingu i stosować je w praktyce. |  |  | X |  |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **kompetencji społecznych** jest gotów do | | | | | | |
| K1 | Jest gotowy do pracy zespołowej przy tworzeniu kampanii e-marketingowej w grupach. | Z2\_K02  Z2\_K03 |  |  | X |  |
| K2 | Komunikowania się z klientami w nieszablonowy, nowoczesny sposób przy wykorzystaniu narzędzi do e-marketingu. |  |  | X |  |

**3.3. Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar godzinowy - Studia stacjonarne (ST), Studia niestacjonarne (NST)**

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Ścieżka** | **Wykład** | **Ćwiczenia** | **Projekt** | **Warsztat** | **Laboratorium** | **Seminarium** | **Lektorat** | **Zajęcia prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość w formie ……………….** | **Inne** | **Punkty ECTS** |
| **ST** |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **NST** |  |  | 10 |  |  |  |  |  |  | 2 |

**3.4. Treści kształcenia** (oddzielnie dla każdej formy zajęć: (W, ĆW, PROJ, WAR, LAB, LEK, INNE). Należy zaznaczyć (X), w jaki sposób będą realizowane dane treści (zajęcia na uczelni lub zajęcia na platformie e-learningowej prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość)

**RODZAJ ZAJĘĆ: PROJEKT**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Lp.** | **Treść zajęć** | **Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się** | **Sposób realizacji (zaznaczyć „X”)** | | | |
| **ST** | | **NST** | |
| **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** | **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** |
| **1.** | Wprowadzenie do marketingu treści:   * Cele i formy marketingu treści: definicje marketingu treści * Narzędzia marketingu treści: definicje | **W1, W2** |  |  | **X** |  |
| **2.** | Analiza skutecznego marketingu treści:   * Analiza, optymalizacja, ewaluacja kampanii marketingowych * Przykłady skutecznego marketingu treści | **W1, W2, U1** |  |  | **X** |  |
| **3.** | Obrazy w e-marketingu:   * Definicje i przykłady * Obrazy w e-marketingu: narzędzia do tworzenia efektywnych grafik w mediach społecznościowych (Canva) | **W1, W2, U1** |  |  | **X** |  |
| **4.** | Przygotowanie kampanii e-marketingowej z zastosowaniem treści i obrazów:   * Stworzenie briefu kampanii e-marketingowej * Stworzenie treści do kampanii z wykorzystaniem technik i form skutecznego e-marketingu treści * Stworzenie obrazów (grafik) przy wykorzystaniu narzędzia (Canva), do efektywnego e-marketingu. | **W1, W2, U1, U2,** |  |  |  |  |
| **5.** | Prezentacja i ocena efektywności kampanii treści i obrazu. Analiza wyników, wyciąganie wniosków, rekomendacja i przedstawienie grupie kampanii e-marketingowej. | **K1, K2** |  |  |  |  |

**3.5. Metody weryfikacji efektów uczenia się** (wskazanie i opisanie metod prowadzenia zajęć oraz weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się oraz sposobu dokumentacji)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Efekty przedmiotowe** | **Metody dydaktyczne** | **Metody weryfikacji efektów uczenia się** | **Sposoby dokumentacji** |
| **WIEDZA** | | | |
| **W1-W4** | case study, analiza materiałów | Obserwacja | Notatka z obserwacji |
| **UMIEJĘTNOŚCI** | | | |
| **U1-U4** | praca nad projektem | Wykonanie projektu kampanii z wykorzystaniem technik i narzędzi marketingu treści i obrazu. | Plik z ocenianym projektem |
| **KOMPETENCJE SPOŁECZNE** | | | |
| **K1-K2** | praca nad projektem, analiza materiałów | Analiza i interpretacja wyników z przeprowadzonej kampanii e-marketingowej. Obserwacja | Plik z ocenianym projektem. Notatka z obserwacji. |

Ocena końcowa jest średnią ocen z wykonania projektu i obserwacji

**3.6. Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Efekt uczenia się** | **Na ocenę 3 lub „zal.”**  **student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** | **Na ocenę 4 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** | **Na ocenę 5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** |
| W | 60-75% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 76-90% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 91-100% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się |
| U | 60-75% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 76-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |
| K | 60-75% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 76-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |

**3.7. Zalecana literatura**

**Podstawowa**

1. **BAKALARSKA, JUSTYNA.*CONTENT MARKETING : OD STRATEGII DO EFEKTÓW***
2. **Marzec, Krzysztof. *Marketing internetowy w Google : pozycjonowanie, Ads& Analytics dla biznesu, e-commerce i marketerów***
3. **Stopka, Tomasz. *Content Marketing : dotrzyj, zainteresuj, zatrzymaj - sztuka pozyskiwania klientów za pomocą treści***

**Uzupełniająca**

1. **Stawarz, Barbara. *Content marketing i social media : jak przyciągnąć klientów.***

**4. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rodzaje aktywności studenta** | **Obciążenie studenta** | |
| **ST** | **NST** |
| **Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu studenta z nauczycielem akademickim w siedzibie uczelni** |  | **10** |
| Zajęcia przewidziane planem studiów |  | 10 |
| Konsultacje dydaktyczne (min. 10% godz. przewidzianych na każdą formę zajęć) |  | 1 |
| **Praca własna studenta** |  | **40** |
| Przygotowanie bieżące do zajęć, przygotowanie prac projektowych/prezentacji/itp. |  | 20 |
| Przygotowanie do zaliczenia zajęć |  | 20 |
| **SUMARYCZNE OBCIĄŻENIE GODZINOWE STUDENTA** |  | **50** |
| **Liczba punktów ECTS** |  | **2** |

|  |  |
| --- | --- |
| Data ostatniej zmiany | 19.03.2024 |
| Zmiany wprowadził | mgr Klaudia Górska |
| Zmiany zatwierdził |  |