#### karta przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Współczesne formy komunikacji cyfrowej |

1. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1. Kierunek studiów | Media i dziennikarstwo |
| 1.2. Forma i ścieżka studiów | Stacjonarne/Niestacjonarne |
| 1.3. Poziom kształcenia | Studia I stopnia |
| 1.4. Profil studiów | Praktyczny |

|  |  |
| --- | --- |
| 1.5. Specjalność | - |
| 1.6. Koordynator przedmiotu | Dr Bartosz Sitek |

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1. Przynależność do grupy przedmiotu | Kierunkowy/praktyczny |
| 2.2. Liczba ECTS | 2 |
| 2.3. Język wykładów | Polski |
| 2.4. Semestry, na których realizowany jest przedmiot | I |
| 2.5.Kryterium doboru uczestników zajęć | - |

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

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Cele przedmiotu |
|
| C1 | Zdobycie wiedzy z zakresu współczesnych form i kanałów komunikacji cyfrowej. |
| C2 | Poznanie nowych trendów i narzędzi komunikacji w Internecie. |
| C3 | Poszerzenie umiejętności w zakresie korzystania z nowoczesnych narzędzi komunikacji cyfrowej. |
| C4 | Zdobycie umiejętności analizy różnych form komunikacji cyfrowej pod kątem ich specyfiki w zakresie wizualnym i językowym. |
| C5 | Zdobycie umiejętności doboru odpowiednich form komunikacji cyfrowej dla podmiotów ze sfery publicznej, w tym do celów sprzedażowych i marketingowych. |

* 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 | Zna i rozumie narzędzia i formy komunikacji w środowisku cyfrowym (różne kanały komunikacji w Internecie) oraz trendy w tym zakresie (m.in. wizualizacja, konwergencja, miniaturyzacja). | MID\_W04  MID\_W11  MID\_W16 | x |  | x |  |
| W2 | Zna zasady redagowania tekstów internetowych pod względem różnych grup odbiorców (wie czym jest webwriting). | x |  | x |  |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** potrafi | | | | | | |
| U1 | Stosując adekwatne narzędzia potrafi samodzielnie wyszukiwać przykłady potwierdzające stosowanie w praktyce charakterystycznych dla komunikacji cyfrowej form językowych (emotikony, akronimy, modyfikacje pisowni i interpunkcji, leksyka internetowa). | MID\_U04  MID\_U06  MID\_U09 | x |  | x |  |
| U2 | Potrafi analizować i porównywać treści cyfrowe tworzone za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji (media społecznościowe, blogi, strona internetowa). | x |  | x |  |
| U3 | Potrafi dokonywać i uzasadniać wybór różnych elementów wizualnych do tworzenia przekazów internetowych, szczególnie z uwzględnieniem komunikacji marketingowej (barwa, ruch, elementy graficzne – znaki). | x |  | x |  |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **kompetencji społecznych** jest gotów do | | | | | | |
| K1 | Jest gotów do pogłębiania świadomości wpływu nowych technologii na zmiany zachodzące w stosunkach międzyludzkich i komunikacji społecznej. |  | x |  | x |  |
| K2 | Jest gotów w sposób kreatywny korzystać z narzędzi komunikacji cyfrowej w życiu osobistym i zawodowym. | x |  | 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** |  |  |  |  | 30 |  |  |  |  | 2 |
| **NST** |  |  |  |  | 30 |  |  |  |  | 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: LABORATORIUM

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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. | Komunikacja w środowisku cyfrowym - charakterystyka, trendy, kanały komunikacji. Analiza i porównanie treści cyfrowych (media społecznościowe, blogi, strona internetowa). | W1, U2, K1 | X |  | X |  |
| 2. | Webwriting – omówienie zasad pisania tekstów w internecie. | W2, U1 | X |  | X |  |
| 2. | Język w komunikacji cyfrowej – wyszukiwanie i analiza przykładów potwierdzających stosowanie w praktyce charakterystycznych dla komunikacji cyfrowej form językowych (emotikony, akronimy, modyfikacje pisowni i interpunkcji, leksyka internetowa). | W2, W3, U1 | X |  | X |  |
| 3. | Kanały i formy komunikacji cyfrowej – praktyka i nowe trendy. Wyszukiwanie i analiza różnych kanałów wykorzystywanych przez dowolnie wybraną osobę publiczną/firmę/ instytucję | W1, U2 | X |  | X |  |
| 4. | Wizualność we współczesnej komunikacji cyfrowej. Ćwiczenia laboratoryjne z posługiwania się wybranymi narzędziami komunikacji wizualnej w Internecie (chmura tagów, infografika). | W1, U3, K2 | X |  | X |  |
| 5. | Content marketing – nowe trendy w marketingu treści w Internecie. Ćwiczenia z analizy doboru elementów wizualnych do tworzenia przekazów internetowych. | W1, U3, K1, K2 | X |  | X |  |
| 6. | Podsumowanie zajęć, omówienie ocen. |  | X |  | X |  |

3.5. Metody weryfikacji efektów uczenia się (wskazanie i opisanie metod prowadzenia zajęć oraz weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się, np. debata, case study, przygotowania i obrony projektu, złożona prezentacja multimedialna, rozwiązywanie zadań problemowych, symulacje sytuacji, wizyta studyjna, gry symulacyjne + opis danej metody):

Zadanie I: analiza różnych kanałów wykorzystywanych przez dowolnie wybraną osobę publiczną/firmę/ instytucję – forma prezentacja lub dokument WORD. Studenci mają za zadanie wybrać osobę publiczną, firmę lub instytucję i przeanalizować, jakie kanały komunikacji cyfrowej są przez nią wykorzystywane oraz jakie formy/techniki językowe są stosowane i jak te formy wpływają na przebieg komunikacji. Analiza powinna obejmować zarówno aspekty strategii, jak i efektywności poszczególnych kanałów. Kryteria oceny: 1) identyfikacja kanałów: czy student dokładnie identyfikuje wszystkie używane kanały komunikacji (np. media społecznościowe, strona internetowa, newslettery, blogi, podcasty)); 2) zdolność studenta do wyodrębnienia i sklasyfikowania różnych form językowych używanych w kanałach komunikacji 3) analiza strategii: ocena strategii komunikacyjnej podmiotu - jakie cele są realizowane za pomocą poszczególnych kanałów; 4) efektywność kanałów: ocena skuteczności i zaangażowania generowanego przez poszczególne kanały (np. liczba obserwujących, interakcje, zasięg); 5) przykłady i dowody: czy student przedstawia konkretne przykłady treści publikowanych na różnych kanałach); 6) wnioski i rekomendacje: trafne wnioski dotyczące mocnych i słabych stron strategii komunikacyjnej oraz potencjalne rekomendacje dla wybranego podmiotu.

Zadanie II: dobór odpowiednich form komunikacji cyfrowej dla podmiotów ze sfery publicznej, w tym do celów sprzedażowych i marketingowych. Studenci mają za zadanie przygotować projekt, w którym dobiorą odpowiednie formy komunikacji cyfrowej dla wybranego podmiotu ze sfery publicznej (np. organizacji non-profit, instytucji rządowej) z uwzględnieniem celów sprzedażowych i marketingowych. Kryteria oceny: 1) analiza potrzeb: ocena, czy student prawidłowo zidentyfikował potrzeby komunikacyjne podmiotu, w tym cele sprzedażowe i marketingowe; 2) dobór kanałów: czy wybrane kanały komunikacji cyfrowej są odpowiednie do realizacji celów podmiotu; 3) strategia komunikacyjna: opracowanie spójnej strategii obejmującej planowanie, tworzenie i publikowanie treści; 4) kreatywność: innowacyjność i oryginalność zaproponowanych rozwiązań komunikacyjnych; 5) przykłady i dowody: przedstawienie konkretnych przykładów, jak wybrane formy komunikacji mogą być zastosowane w praktyce; 6) wnioski i rekomendacje: trafność wniosków i praktycznych rekomendacji dotyczących wdrożenia zaproponowanej strategii.

Ocena końcowa jest średnią arytmetyczną ocen ze wszystkich wykonanych zadań. Z każdego zadania student musi uzyskać ocenę pozytywną.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Efekty przedmiotowe | Metody dydaktyczne | Metody weryfikacji efektów uczenia się | Sposoby dokumentacji |
| WIEDZA | | | |
| W1-W2 | Dyskusja, wykonywanie zadań/ćwiczeń z wykorzystaniem dostępu do Internetu, analiza tekstów internetowych, praca w grupie, prezentacja multimedialna. | Wykonanie dwóch zadań: analiza różnych kanałów i form językowych wykorzystywanych przez wybrany podmiot; dobór form komunikacji cyfrowej dla wybranego podmiotu ze sfery publicznej (opis powyżej). | Ocenione prace studentów. |
| UMIEJĘTNOŚCI | | | |
| U1-U3 | Dyskusja, wykonywanie zadań/ćwiczeń z wykorzystaniem dostępu do Internetu, analiza tekstów internetowych, praca w grupie, prezentacja multimedialna. | Wykonanie dwóch zadań: analiza różnych kanałów i form językowych wykorzystywanych przez wybrany podmiot; dobór form komunikacji cyfrowej dla wybranego podmiotu ze sfery publicznej (opis powyżej). | Ocenione prace studentów. |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | | |
| K1-K2 | Dyskusja, wykonywanie zadań/ćwiczeń z wykorzystaniem dostępu do Internetu, analiza tekstów internetowych, praca w grupie, prezentacja multimedialna. | Wykonanie dwóch zadań: analiza różnych kanałów i form językowych wykorzystywanych przez wybrany podmiot; dobór form komunikacji cyfrowej dla wybranego podmiotu ze sfery publicznej (opis powyżej). | Ocenione prace studentów. |

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 3,5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** | **Na ocenę 4 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** | **Na ocenę 4,5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** | **Na ocenę 5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do** |
| W | 51-60% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 61-70% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 71-80% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 81-90% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 91-100% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się |
| U | 51-60% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 61-70% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 71-80% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 81-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |
| K | 51-60% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 61-70% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 71-80% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 81-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |

3.7. Zalecana literatura

**Podstawowa**

1. J. Grzenia, *Komunikacja językowa w Internecie, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2012.*
2. B. Stawarz, Content marketing i social media, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2019.
3. G. Kubas, *Netykieta – kodeks etyczny czy prawo Internetu*, Kraków 2004. <http://vagla.pl/skrypts/mgr_g_kubas.pdf>

**Uzupełniająca**

1. W. Godzic (red.), E-gatunki: dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2015.
2. Komunikacja sieciowa: uwarunkowania, kategorie i paradoksy / Włodzimierz Gogołek.Warszawa: ASPRA-JR, 2010
3. Komunikacja wobec wyzwań współczesności / pod red. M. Wawrzak-Chodaczek, I. Jagoszewskiej. Toruń, Wydawnictwo Adam Marszałek

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** | **30** | **30** |
| Zajęcia przewidziane planem studiów | 30 | 30 |
| Konsultacje dydaktyczne (min. 10% godz. przewidzianych na każdą formę zajęć) | 3 | 3 |
| **Praca własna studenta** | **20** | **20** |
| Przygotowanie bieżące do zajęć, przygotowanie prac projektowych/prezentacji/itp. | 10 | 10 |
| Przygotowanie do zaliczenia zajęć | 10 | 10 |
| **SUMARYCZNE OBCIĄŻENIE GODZINOWE STUDENTA** | **50** | **50** |
| **Liczba punktów ECTS** | **2** | **2** |

|  |  |
| --- | --- |
| Data ostatniej zmiany | 23.08.2024 |
| Zmiany wprowadził | Zespół ds. Jakości Kształcenia MiD |
| Zmiany zatwierdził | Dr Ewa Miszczak, prof. WSPA |