

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
NAZWA PRZEDMIOTU – MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W TURYSTYCE										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:	Wydział Zarządzania i Nauk Technicznych									
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:	Zarządzanie I stopień									
Profil kształcenia:	Ogólnoakademicki									
Nazwa specjalności:	Zarządzanie w Turystyce									
Rodzaj modułu uczenia się:	specjalnościowy									
Rok / Semestr:	Rok 2 semestr 4									
Osoba koordynująca przedmiot:	Dr A. Łuczak									
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):	Wiedza, umiejętności i kompetencje nabyte w wyniku nauczania przedmiotów pokrewnych na studiach I stopnia									
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne	25		25							50
Studia niestacjonarne			12							12
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład			Prezentacje multimedialne, dyskusje, metody podające							
konwersatorium			Ćwiczenia zakładające hipotetyczno-dedukcyjne myślenie słuchaczy, praca z tekstem i testy realizowane na zajęciach, case study							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1.	zna undamentalne dylematy współczesnej cywilizacji								ZO1_W02 P6S_WK	
2.	zna podstawowe prawne i inne uwarunkowania działań związanych z funkcjonowaniem gospodarki								ZO1_W02 P6S_WK	
3.	zna zasady ochrony własności przemysłowej, prawa autorskiego i RODO oraz zna instytucje zajmujące się tą problematyką								ZO1_W02 P6S_WK	
4.	zna teorie motywacyjne i interpretuje podstawowe założenia psychospołecznych koncepcji człowieka								ZO1_W09 P6S_WG	
5.	zna rolę kultury, etyki oraz postępu technicznego w procesach przemian współczesnych organizacji								ZO1_W10 P6S_WG P6S_WK	

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Umiejętności:		
1.	potrafi komunikować się z użyciem specjalistycznej terminologii ekonomicznej i przestrzeganiem zasad RODO	ZO1_U02 P6S_UK
2.	potrafi umiejętnie korzystać ze źródeł wiedzy związanych z procesami zarządzania	ZO1_U01 P6S_UW
3.	potrafi stosować w sposób kreatywny i innowacyjny wiedzę teoretyczną w wybranym obszarze funkcjonalnym organizacji	ZO1_U05 P6S_UW
4.	potrafi rozpoznawać potrzeby wprowadzenia zmian w organizacji i projektować plan zarządzania zmianami, podejmować innowacyjne działania	ZO1_U05 P6S_UW
5.	potrafi wprowadzać innowacje w zakresie zarządzania organizacją i przewidywać jej konsekwencje ekonomiczne	ZO1_U05 P6S_UW
6.	potrafi weryfikować strategie działania organizacji w długim i krótkim horyzoncie czasu	ZO1_U08 P6S_UW
Kompetencje społeczne:		
1.	jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych	ZO1_K01 P6S_KK
2.	jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego	ZO1_K06 P6S_KO
3.	jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZO1_K07 P6S_KO
4.	jest gotów do inicjatywy, samodzielności i odpowiedzialności za siebie i innych w pełnieniu ról zawodowych, w tym: <ul style="list-style-type: none"> • przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych, • dbałości o dorobek i tradycje zawodu 	ZO1_K03 P6S_KR
5.	jest gotów do adaptacji i działania w nowych warunkach i sytuacjach np. związanych z odmiennością kulturową, innowacjami	ZO1_K06 P6S_KO
Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1.	Wprowadzenie do tematyki nowych mediów i aplikacji mobilnych - charakterystyka pojęć i określenie wymagań, zasad oceniania.	ZO1_W02 ZO1_W10 ZO1_U01 ZO1_K01
2.	Analiza narzędzi stosowanych w branży turystycznej przez klientów. Zapoznanie z zasadami RODO.	ZO1_W09 ZO1_U02 ZO1_K03
3.	Analiza narzędzi stosowanych przez przedsiębiorstwa do popularyzacji atrakcji turystycznych.	ZO1_W02 ZO1_U05
4.	Analiza wybranych kampanii promocyjnych - wskazanie dobrych i złych działań reklamowych w mediach społecznościowych.	ZO1_K06
5.	Zasady i błędy w zarządzaniu mediami społecznościowymi.	ZO1_K06

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

		ZO1_K07		
6.	Podsumowanie i przygotowanie do projektów końcowych: - podsumowanie najważniejszych zagadnień przedmiotu, - omówienie koncepcji projektu końcowego.	ZO1_U05 ZO1_U08 ZO1_K06		
Lp.	konwersatorium	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
1.	Turystyka a media społecznościowych.	ZO1_W02 ZO1_W10 ZO1_K01 ZO1_U05		
2.	Ryzyko zaniedbania meidów.	ZO1_W09 ZO1_W10 ZO1_K03 ZO1_U01		
3.	Wpływ pandemii na media społecznościowe	ZO1_W02 ZO1_W10 ZO1_U02 ZO1_U08 ZO1_K07 ZO1_K06		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
ZO1_W02 ZO1_W09 ZO1_W10	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca	Wykład + konwersatorium		
Umiejętności:				
ZO1_U02 ZO1_U01 ZO1_U05 ZO1_U08	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca	Wykład + konwersatorium		
Kompetencje społeczne:				
ZO1_K01 ZO1_K03 ZO1_K07 ZO1_K06	Esej (referat pisemny), test wielokrotnego wyboru, aktywność w dyskusji, rozmowa oceniająca	Wykład + konwersatorium		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

	gotów:			
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów	Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów	Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	50	12
Egzamin/zaliczenie		
Udział w konsultacjach		
Projekt / esej	10	10
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych	20	38
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	20	40
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	4 pkt ECTS/ 100 h	4 pkt ECTS/ 100 h
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	50	12
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym	50	88
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- „Content marketing i social media. Jak przyciągnąć klientów”, B. Stawarz - Garcia, Wyd. PWN, Warszawa 2015,
- „Jak Cię widzą, tak Cię piszą. Sztuka autopromocji w mediach społecznościowych”, G. Kawasaki, P. Fitzpatrick, Wyd. Helion, Gliwice 2016,
- „Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty”, A. Miotk, Wyd. Helion, Gliwice 2017.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- „Komunikacja marketingowa 2030. Słowa i Myśli”, R. Stępowski, Wyd. Słowa i Myśli, Lublin 2016,
- „Technologie informacyjne i komunikacyjne na rynku turystycznym”, J. Berbeka, K. Borodako, Wyd. C.H.Beck, Warszawa 2017,
- Ustawa o imprezach turystycznych i powiązanych usługach turystycznych z dn. 24.11.2017 r.

Inne materiały dydaktyczne:

case studies, TED talks, materiały pomocnicze zaczerpnięte z internetu.