

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No. 1 из Регламент No 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

I. ОБЩИЕ ОСНОВНЫЕ СВЕДЕНИЯ О ПРЕДМЕТЕ (МОДУЛЬ)										
НАИМЕНОВАНИЕ ТОВАРА Media społecznościowe / Социальные сети										
Название организационного подразделения, ведущего курс:			Факультет управления и технических наук							
Наименование направления подготовки, уровень образования:			Управление I этапом							
Профиль обучения:			Общеакадемический							
Наименование специальности:			Электронный маркетинг и социальные сети							
Тип учебного модуля:			Специальность I степени							
Год/семестр:			Год 3 Семестр 6							
Лицо, координирующее тему:			Д-р А. Лучак							
Предпосылки (вытекающие из последовательности пунктов):			Вступительные требования в области знаний, умений и компетенций включают результаты обучения, достигнутые в результате преподавания предмета маркетинга, информационных технологий и основ менеджмента.							
II. ФОРМЫ ЗАНЯТИЙ И КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ										
	Лекция	Упражнения	Семинар	Лаборатория	Мастерская	Проект	Семинар	Консультация	Экзамен / Сдача	Общее количество часов
Очная форма обучения	20	20								40
Заочная форма обучения	15	15								30
III. МЕТОДИКА ПЕДАГОГИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ										
Формы занятий			Дидактические методы							
Лекция			Работа с литературой Лекции, предполагающие гипотетико-дедуктивное мышление слушателей Активизирующие упражнения Методы решения проблемы							
Ćwiczenia			Активизирующие упражнения Методы решения проблемы Командная работа							
IV. ОБЪЕКТИВНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ОТНОШЕНИЮ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОБУЧЕНИЯ В ОБЛАСТИ ОБУЧЕНИЯ И ОБЛАСТЯХ										
Лп.	Описание рассматриваемых результатов обучения								Ссылка на направленный эффект	
Знание:										
1.	Выпускник первой степени учится и глубоко понимает важность социальных медиа в деятельности организаций в эпоху цифровизации								ZO1_W04 P6S_WG	

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No. 1 из Регламент No 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

2.	Выпускник первой степени знает и глубоко понимает роль социальных сетей в построении сети отношений	ZO1_W14 P6S_WG P6S_WK
Способности:		
1.	Выпускник первого цикла обучения способен: выбирать подходящие маркетинговые стратегии, методы и аналитические инструменты, поддерживающие процессы принятия решений в организации	ZO1_U09 P6S_UW
Социальные компетенции:		
1.	Выпускник бакалавриата готов: думать и действовать предпринимательно, используя социальные сети в своей профессиональной деятельности	ZO1_K07 P6S_KO
V. СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ (ОБУЧЕНИЕ)		
Лп.	Лекция:	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения
	Знакомство с социальными сетями, их значением и развитием в эпоху цифровой революции.	ZO1_W04 ZO1_W14 ZO1_U09 ZO1_K07
1.	Социальные медиа – построение отношений – изложение проблем (ценность сообщества – ценность СМИ, сетевое сообщество, интерпретационное сообщество, консолидация активности в социальных сетях)	
2.	Инструменты для создания виртуальных сообществ (группы новостей <i>Usenet</i> , списки рассылки электронной почты, дискуссионные форумы, социальные порталы и ворталы, платформы для ведения блогов, мессенджеры и онлайн-чаты)	
3.	Типология сайтов социальных сетей (социальные сети, микроблоги, дискуссионные форумы, социальные игры, создание мнений и социального контента и другие)	
4.	Плюсы и минусы социальных сетей	
5	Анализ рынка социальных медиа, включая тенденции и поведение пользователей в Интернете.	
6	Концепция и стратегия маркетинга в социальных сетях, включая выбор каналов и способов охвата целевой группы.	
7	Создавайте и публикуйте ценный контент в социальных сетях, включая видео, фотографии и инфографику.	
8	Управление имиджем вашего бренда в социальных сетях, включая выявление негативных комментариев и отзывов и реагирование на них.	
9	Рекламные кампании в социальных сетях, включая подбор рекламных форматов и стратегии охвата целевой группы.	
10	Анализ результатов деятельности в социальных сетях и оптимизация деятельности на основе анализа данных.	
Лп.	Упражнение	Ссылка на рассматриваемые результаты обучения

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No. 1 из Регламент No 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

1.	Социальные медиа – построение отношений – изложение проблем (ценность сообщества – ценность СМИ, сетевое сообщество, интерпретационное сообщество, консолидация активности в социальных сетях)	ZO1_W04 ZO1_W14 ZO1_U09 ZO1_K07
2.	Инструменты для создания виртуальных сообществ (группы новостей <i>Usenet</i> , списки рассылки электронной почты, дискуссионные форумы, социальные порталы и ворталы, платформы для ведения блогов, мессенджеры и онлайн-чаты)	
3.	Типология сайтов социальных сетей (социальные сети, микроблоги, дискуссионные форумы, социальные игры, создание мнений и социального контента и другие)	
4.	Плюсы и минусы социальных сетей	
5.	Анализ рынка социальных медиа, включая тенденции и поведение пользователей в Интернете.	
6.	Концепция и стратегия маркетинга в социальных сетях, включая выбор каналов и способов охвата целевой группы.	
7.	Создавайте и публикуйте ценный контент в социальных сетях, включая видео, фотографии и инфографику.	
8.	Управление имиджем вашего бренда в социальных сетях, включая выявление негативных комментариев и отзывов и реагирование на них.	
9.	Рекламные кампании в социальных сетях, включая подбор рекламных форматов и стратегии охвата целевой группы.	
10.	Анализ результатов деятельности в социальных сетях и оптимизация деятельности на основе анализа данных.	

VI. МЕТОДЫ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Результаты обучения	Метод верификации	Форма занятий, в которых проверяется EUS (Результат обучения)
Знание:		
ZO1_W04 ZO1_W14	Устный экзамен проект	вЫкла упражнение
Способности:		
ZO1_U09	Устный экзамен проект	лекция упражнение
Социальные компетенции:		
ZO1_K07	Устный экзамен проект	лекция упражнение

VII. КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ДОСТИГНУТЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

Результаты обучения	Неудовлетворительная оценка	Диапазон оценок 3,0-3,5	Диапазон оценок 4,0-4,5	Очень хорошая оценка
	Студент не знает и не понимает/не может/не готов:	Студент знает и понимает /может/готов:	Студент знает и понимает /может/готов:	Студент знает и понимает /может/готов:

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение №. 1 из Регламент № 3/07/2020
13 июля 2020 года *На карточке модели*
в Высшей школе управления
в Варшаве

Для каждого из результатов обучения, определенных для модуля «Знания, навыки и компетенции»	Студент получает менее 50% от максимального количества баллов за заданный эффект	Ученик получает от 50 до 69% от максимального количества баллов за заданный эффект	Студент получает от 70 до 89% макс. количества баллов за заданный эффект	Ученик получает 89% от максимального количества баллов за заданный эффект
---	--	--	--	---

VIII. НАГРУЗКА СТУДЕНТА – КОЛИЧЕСТВО ЧАСОВ И БАЛАНС КРЕДИТОВ ECTS

Вид деятельности ECTS	Студенческая нагрузка	
	Учёба Стационарный	Заочная форма обучения
Участие в дидактических мероприятиях (лекции, упражнения, учебные пособия, проект, лаборатории, мастер-классы, семинары) – СУММА часов – с пункта II	40	30
Экзамен / Сдача		
Участие в консультации		
Проект / Эссе	15	15
Самостоятельная подготовка к дидактическим занятиям	10	15
Подготовка к прохождению урока	10	15
Общая нагрузка студентов (25 часов = 1 ECTS) ОБЩЕЕ КОЛИЧЕСТВО часов/ECTS	3 ECTS/ 75 ч	3 ECTS/ 75 ч
Нагрузка ученика на занятиях в непосредственном контакте с преподавателем	40	30
Нагрузка студентов на практических занятиях	20	25
Нагрузка студентов на занятиях практической профессиональной подготовки		
Студенческая нагрузка на занятиях по подготовке к исследованиям	15	20

IX. ЛИТЕРАТУРА И ДРУГИЕ ДИДАКТИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Основная литература:

1. Крулевский Й., Сала., Электронный маркетинг. Современные тенденции. Стартовый пакет, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2016.
2. Кацпшак А., Маркетинг опыта в Интернете, Wyd. Agnieszka Kasprzak, Варшава 2016.
3. Котлер Ф., Картавая Х., Сетиаван И., Маркетинг 4.0, MT Biznes, Варшава 2017
4. М. Жуковски, Ваша компания в социальных сетях, Гелион, Гливице 2016
5. Библия Социальные сети Бартек Попель, Кацпер Бизанц, Кароль Хойнацки, Кристиан Кухарский, Павел Маевский, Петр Шишка, Пшемислав Пшибыльский, Шимон Межва, Томаш Гузик, Войцех Бизюб, Expertia 2021

Дополнительная литература:

1. Г. Мазурек, Блоги и виртуальные сообщества – использование в маркетинге, Oficyna Wolters Kluwer business, Краков 2008
2. Е. Фронцкевич, Интернет-маркетинг, PWN, Варшава 2006
3. Лесневская А., Интернет-реклама, Хелион, Гливице 2006

Другие учебные материалы:

КАРТОЧКА ТОВАРА

Приложение No. 1 из Регламент No 3/07/2020

13 июля 2020 года *На карточке модели*

в Высшей школе управления

в Варшаве

– Moodle, Команды