



Wyższa Szkoła Lingwistyczna w Częstochowie

rok akademicki: 2022/2023

## WYDZIAŁ HUMANISTYCZNO-SPOŁECZNY

Nazwa przedmiotu w języku polskim:	<b>Warsztaty biznesowe 1</b>		
Kod przedmiotu:	JAwB C.6		
Kierunek studiów:	Filologia		
Specjalność / specjalizacja:	Filologia germańska/ Język germańska w biznesie		
Profil studiów:	praktyczny	Poziom studiów:	I stopień
Nazwa modułu programu:	specjalizacyjny	Semestr studiów:	III, IV, V, VI
Forma zaliczenia przedmiotu:	zaliczenie z oceną	Język w jakim prowadzone są zajęcia:	polski/niemiecki
Osoby prowadzące zajęcia (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko):	mgr Angelika Dąbek		

Tryb studiów	Forma zajęć		Ogólna liczba punktów ECTS
	W	Ćw	
tryb niestacjonarny	0	48	8

## Cel przedmiotu

C1.	Zapoznanie studentów z kluczowymi elementami komunikacji najpopularniejszych mediów społecznościowych
C2.	Zapoznanie studentów z podstawowymi elementami strategii digital marketingowej
C3.	Nabywanie przez studentów umiejętności skutecznego działania w mediach społecznościowych poprzez znajomość content marketingu czy podstaw w tworzeniu reklam

Wymagania wstępne

brak

Przedmiotowe efekty uczenia się		Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się <sup>1</sup>
<b>WIEDZA</b>			
1.	Posiada wiedzę o miejscu oraz wpływie mediów społecznościowych na różnorodne obszary życia (również te biznesowe) . Zna i rozumie działanie najpopularniejszych serwisów społecznościowych między innymi Facebooka i Instagrama. Posiada podstawową wiedzę na temat	F1_W01	Aktywność na zajęciach, zadania do wykonania

<sup>1</sup> egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, prezentacja, kolokwium, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

	możliwości reklamowych w systemie Meta Ads. Posiada uporządkowaną wiedzę na temat zasad skutecznego tworzenia treści i innych elementów obecności marki w sieci między innymi influencer marketingu. (semestry III-VI)		
2.	Posiada wiedzę o najważniejszych kierunkach rozwoju i nowych osiągnięciach z zakresu digital marketingu – ma świadomość na temat możliwości wykorzystywania mediów społecznościowych w biznesie oraz na rynku pracy. (semestry III-VI)	F1_W15	Aktywność na zajęciach, zadania do wykonania
3.	Zna i rozumie znaczenie dobrze przygotowanej koncepcji komunikacji w mediach społecznościowych (semestry III-VI)	F1_W15	Aktywność na zajęciach, zadania do wykonania
4.	Posiada wiedzę z zakresu nowoczesnych technologii informacyjno-komunikacyjnych – wie, w jaki sposób i za pomocą jakich narzędzi skutecznie komunikować biznes (semestry III-VI)	F1_W18	Aktywność na zajęciach, zadania do wykonania
5.	Zna i rozumie proces skutecznego przygotowywania treści w oparciu o cykliczne plany komunikacji (semestry III-VI)	F1_W15	Aktywność na zajęciach, zadania do wykonania
<b>UMIĘTNOŚCI</b>			
1.	Potrafi właściwie korzystać ze zdobytej wiedzy, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje w zakresie studiowanego kierunku z wykorzystaniem różnych źródeł, niezbędne do realizacji typowych zadań mających na celu komunikację i promocję biznesu za pomocą mediów społecznościowych	F1_U04	Zadania do wykonania
2.	Potrafi przygotować kompaktową strategię komunikacji marki na Facebooku – między innymi zaprojektować grupę docelową oraz cel działań	F1_U05	Zadania do wykonania
3.	Potrafi przygotować atrakcyjne oraz skuteczne treści wykorzystywane w komunikacji oraz promocji biznesu w mediach społecznościowych. Zna techniki i wie, jak przygotować skuteczne kreacje reklamowe w systemie Meta Ads. Potrafi znaleźć i wybrać do kampanii influencera odpowiedniego dla marki oraz zaplanować wraz z nim działania wizerunkowe / sprzedażowe.	F1_U05	Zadania do wykonania
4.	Potrafi porozumiewać się z wykorzystaniem różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w ramach wybranej specjalizacji oraz tworzenia warsztatu pracy własnej	F1_U10	Zadania do wykonania
5.	Potrafi wykorzystać umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z wybraną specjalizacją zawodową	F1_U11	Zadania do wykonania
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
1.	Jest gotów do krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy i umiejętności, rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia się zawodowego i rozwoju osobistego, dokonuje samooceny własnych kompetencji i doskonali umiejętności w trakcie prowadzenia działalności zawodowej	F1_K01	Zadania do wykonania
2.	Jest gotów do zachowania się w sposób profesjonalny i do przestrzegania zasad etyki zawodowej, wykazywania cech refleksyjnego praktyka, poszanowania własności intelektualnej	F1_K03	Zadania do wykonania

<b>Treści kształcenia (program zajęć)</b>		Liczba godzin
<b>ĆWICZENIA</b>		
<b>Semestr III</b>		
C1	Profil firmowy na Facebooku krok po kroku	3
C2	Media społecznościowe – co znaczą w dzisiejszym świecie	3
C3	Jak dobrać medium społecznościowe do potrzeb marki	6
<b>Razem:</b>		<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>2</sup> :	zadania do wykonania	
<b>Semestr IV</b>		
C1	Środowisko marki – grupy docelowe	2
C2	Analiza SWOT	2
C3	Analiza konkurencji	4
C4	Kluczowe wskaźniki efektywności	2
C5	Big idea w komunikacji marki	2
<b>Razem:</b>		<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>3</sup> :	zadanie do wykonania	
<b>Semestr V</b>		
C1	Content is king – o content marketingu w komunikacji marki	2
C2	Co wpływa na pozycjonowanie treści – o algorytmach	2
C3	Jak angażować ludzi – pomysły na treści	3
C4	Jak skutecznie planować publikacje contentu / model passive active	2
C5	Jak przeprowadzić skuteczny konkurs w social media	3
<b>Razem:</b>		<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>4</sup> :	zadanie do wykonania	
<b>Semestr VI</b>		
C1	Kampania z influencerami krok po kroku	2
C2	Pomysły na współpracy z twórcami	3

<sup>2</sup> kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

<sup>3</sup> kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

<sup>4</sup> kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

C3	Wydarzenia na Facebooku	2
C4	Instagram krok po kroku	3
C5	Wstęp do działań reklamowych i ekosystemu Meta Ads	2
<b>Razem:</b>		<b>12</b>
Forma zaliczenia <sup>5</sup> :	zadanie do wykonania	

Konsultacje (egzamin, przygotowanie do egzaminu i prac etapowych, instruktarze, omówienie wyników egzaminu/zaliczenia)	
Omówienie wyników zaliczenia – komentarz do każdego zrealizowanego zadania ze wskazówkami co do ewentualnych ulepszeń.	20

Narzędzia, metody dydaktyczne i formy prowadzenia zajęć
laptop, rzutnik multimedialny
metody podające: wykład informacyjny
metody praktyczne: wykonywanie ćwiczeń i zadań w kursie
metody aktywizujące: burza mózgów, praca indywidualna

Forma zaliczenia przedmiotu (egzamin pisemny/ustny/praktyczny; zaliczanie na ocenę)
<b>Zaliczenie z oceną</b>

Potwierdzenie poziomu osiągnięcia poszczególnych efektów uczenia się (warunki zaliczenia)		
Nr efektu uczenia się	Sposób weryfikacji efektów uczenia się (forma zaliczeń)	Kryteria oceny osiągnięcia danego efektu uczenia się (tj. określenie wymagań na poszczególne oceny)
<b>Zaliczenie na ocenę (ćwiczenia)</b>		
<b>WIEDZA</b>		
1.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
2.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)

<sup>5</sup> kolokwium, projekt, prezentacja, test, zadania do wykonania, referat, sprawozdanie, dyskusja, inne

3.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
4	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
5	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
1.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
2.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
3	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
4	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
5	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5)

		65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
1.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)
2.	zadania do wykonania	Ocena na podstawie zrealizowanych ćwiczeń: 91-100%. – bardzo dobry (5,0) 86-90% – dobry plus (4,5) 81-85% – dobry (4,0) 76-80% – dostateczny plus (3,5) 65-75% – dostateczny (3,0) 0-64% – niedostateczny (2,0)

Literatura podstawowa:

- |    |  |
|----|--|
| 1. | M. Paweł Tkaczyk, Narratologia. Umiejętność opowiadania historii tkwi w Tobie od zawsze. Opanuj ją i rozwiń, Wydawnictwo Naukowe PWN, 2017 |
| 2. | T. Pilch T., T. Bauman, <i>Zasady badań pedagogicznych. Dan Heath, Chip Heath, Przyczepne historie, MP Biznes, 2020</i>                    |
| 3. | K. Philip Kotler, Marketing 5.0, MT Biznes, 2021   |

Literatura uzupełniająca:

- |    |   |
|----|---|
| 1. | Anna Ledwoń Blacha, Strategiczne podejście do działania w Social Mediach, Onepress 2023 |
|----|---|

Przydatne informacje:

- |    |  |
|----|--|
| 1. | Biblioteka zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej |
| 2. | Kontakt do prowadzącego zajęcia – a.dabek@wsl.edu.pl   |