

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie treścią w witrynach internetowych (Ćw. audytoryjne), PG_00119043						
Kierunek studiów	Ekonomia (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2024/2025		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć specjalnościowych		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	1	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	2	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Ekonomiczny -> Katedra Transportu i Handlu Morskiego -> Zakład Gospodarki Elektronicznej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Zuzanna Borda				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Zuzanna Borda				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	30		0.0		0.0	30
Cel przedmiotu	Celem ćwiczeń z przedmiotu Zarządzanie treścią w witrynach internetowych jest praktyczne przygotowanie studentów do tworzenia, zarządzania i optymalizacji treści na stronach internetowych. Studenci zdobędą umiejętności analizy treści, dopasowania kanałów komunikacji, zarządzania kryzysowego oraz tworzenia strategii content marketingowych. Ćwiczenia mają na celu rozwinięcie zdolności technicznych, analitycznych, kreatywnych oraz umiejętności pracy zespołowej.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[EKONMU2_K05] prawidłowo identyfikuje, diagnozuje i rozstrzyga dylematy oraz różne warianty rozwiązań związane z wykonywaniem zawodu	Studenci zmierzają się z problemem kryzysu w mediach społecznościowych i nauczą się go rozwiązywać.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[EKONMU2_U06] posiada umiejętność wykorzystania w praktyce różnych form i zakresu zdobytej wiedzy z zakresu ekonomii, finansów i zarządzania, uzupełniając ją o samodzielną krytyczną analizę skuteczności i przydatności	Studenci będą umieli brać udział w projektach.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_K04] jest gotów myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, podejmuje wyzwania kreatywnego myślenia, nabywa odporność na porażki, umie ocenić ryzyko i zagrożenia oraz znajdować sposoby przeciwdziałania ich skutkom	Studenci zmierzają się z problemem kryzysu w mediach społecznościowych i nauczą się go rozwiązywać.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_W10] zna pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	Studenci pozyskują wiedzę na temat ochrony własności intelektualnej.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_W05] ma rozszerzoną wiedzę o człowieku jako producencie i konsumencie i poszerzoną wiedzę o człowieku jako twórcy kultury i struktur społecznych	Studenci pozyskują możliwość weryfikowania i tworzenia grup docelowych.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_U14] potrafi odpowiednio określać priorytety oraz planować i organizować zadania związane z ich realizacją, a także monitorować i oceniać postępy	Studenci pozyskują umiejętność efektywnego zarządzania czasem.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_U13] potrafi kierować pracą zespołu oraz współdziałać i pracować w zespole (w tym w środowisku międzynarodowym), przyjmując w nim wiodącą rolę	Studenci będą umieli brać udział w projektach.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport
	[EKONMU2_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze rozwiązywania złożonych problemów w ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie	Studenci będą zdolni weryfikować swoje umiejętności.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja
	[EKONMU2_U15] potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności ekonomiczne, jest otwarty na nowe pomysły i techniki, ma skłonność do nauki każdą metodą oraz skłonność do interakcji z innymi uczestnikami procesu uczenia się	Studenci będą umieli brać udział w projektach.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja

Treści przedmiotu	<p>Tydzień 1: Analiza elementów wpływających na oglądalność treści</p> <p>Tydzień 2: Dopasowanie kanałów komunikacji oraz typów treści do potrzeb przedsiębiorstw</p> <p>Tydzień 3: Audyt stron internetowych</p> <p>Tydzień 4: Kryzys w zarządzaniu treścią</p> <p>Tydzień 5: Projekt zaliczeniowy Wspólne tworzenie filmu</p> <p>Tydzień 6: Identyfikacja wizualna i przygotowanie treści</p> <p>Tydzień 7: Prezentacja projektów i podsumowanie</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	<p>Aby uczestniczyć w ćwiczeniach z przedmiotu Zarządzanie treścią w witrynach internetowych, studenci powinni posiadać podstawowe umiejętności obsługi komputera. Znajomość podstawowych narzędzi informatycznych oraz umiejętność efektywnego korzystania z Internetu, aplikacji biurowych, narzędzi do edycji wideo i graficznych są niezbędne do pełnego zrozumienia materiału omawianego podczas zajęć oraz do wykonywania praktycznych zadań.</p>		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Film	51.0%	50.0%
	Praca pisemna	51.0%	10.0%
	Praca pisemna	51.0%	10.0%
	Audyt	51.0%	10.0%
	Case study	51.0%	10.0%
	Prezentacja	51.0%	10.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>Halvorson, K., Rach, M., Content Strategy for the Web, New Riders, Berkeley, 2012.</p> <p>Lieb, R., Content Marketing: Think Like a Publisher - How to Use Content to Market Online and in Social Media, Que Publishing, Indianapolis, 2011.</p> <p>Pulizzi, J., Epic Content Marketing: How to Tell a Different Story, Break through the Clutter, and Win More Customers by Marketing Less, McGraw-Hill Education, New York, 2013.</p>	
	Uzupełniająca lista lektur	<p>Jones, C., Clout: The Art and Science of Influential Web Content, New Riders, 2011.</p> <p>Handley, A., Chapman, C. C., Content Rules: How to Create Killer Blogs, Podcasts, Videos, Ebooks, Webinars (and More) That Engage Customers and Ignite Your Business, Wiley, 2012.</p> <p>Rose, R., Pulizzi, J., Managing Content Marketing: The Real-World Guide for Creating Passionate Subscribers to Your Brand, Content Marketing Institute, 2011.</p> <p>Redish, J. G., Letting Go of the Words: Writing Web Content that Works, Morgan Kaufmann, 2012.</p> <p>McGuire, D., Content Strategy at Work: Real-World Stories to Strengthen Every Interactive Project, Morgan Kaufmann, 2012.</p>	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.