

Karta przedmiotu

| | | | | | | | |
|--|---|---|----------------|------------------------|--|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu | Analiza sieci społecznościowych pod kątem pozyskiwania informacji i tworzenia baz danych, PG_00199344 | | | | | | |
| Kierunek studiów | Ekonomia (O) | | | | | | |
| Data rozpoczęcia studiów | październik 2026 r. | Rok akademicki realizacji przedmiotu | | | 2026/2027 | | |
| Poziom kształcenia | II stopnia | Grupa zajęć | | | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki | | |
| 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 Adam Borodo | | | | |
| | Prowadzący zajęcia z przedmiotu | | | | | | |
| Formy zajęć | Forma zajęć | Wykład | Ćwiczenia | Laboratorium | Projekt | Seminarium | RAZEM |
| | Liczba godzin zajęć | 0.0 | 15.0 | 0.0 | 15.0 | 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 | | 20.0 | 50 |
| Cel przedmiotu | Zrozumienie zasad działania mediów społecznościowych w Internecie. Umiejętność wykorzystania narzędzi analitycznych oraz standardów wykorzystania danych użytkowników agregowanych w różnych kanałach społecznościowych sieci internetowej. | | | | | | |

| | | | |
|---|---|---|---|
| Efekty uczenia się przedmiotu | Efekt kierunkowy | Efekt z przedmiotu | Sposób weryfikacji i oceny efektu |
| | [EKONMU2_K01] uznaje znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem | Student uznaje znaczenie wiedzy z zakresu ekonomii w procesie identyfikacji i rozwiązywania problemów gospodarczych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z ich samodzielnym rozwiązaniem | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
| | [EKONMU2_K02] ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze rozwiązywania złożonych problemów w ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie | Student ma świadomość poziomu swojej wiedzy w obszarze ekonomii, rozumie potrzebę pogłębiania oraz aktualizowania tej wiedzy przez całe życie | [SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
| | [EKONMU2_U03] potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych, formułować własne opinie na ten temat, stawiać hipotezy badawcze oraz dobrać i stosować metody ich weryfikacji | Student potrafi analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk gospodarczych i społecznych, formułować własne opinie na ten temat, stawiać hipotezy badawcze oraz dobrać i stosować metody ich weryfikacji pod kątem pozyskanych danych z sieci społecznościowych | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU5] realizacja zadania problemowego |
| | [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 | Student posiada umiejętność wykorzystania w praktyce różnych form i zakresu zdobytej wiedzy z zakresu ekonomii uzupełniając ją o samodzielną krytyczną analizę skuteczności i przydatności | [SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta |
| | [EKONMU2_W04] zna i rozumie w pogłębiony sposób różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa | Student zna różne rodzaje więzi gospodarczych i społecznych w mediach społecznych oraz występujące między nimi prawidłowości, ma pogłębioną wiedzę w zakresie więzi gospodarczych i finansowych łączących przedsiębiorstwa. Wątpliwości powstałe na etapie rozwiązywania zadania problemowego rozwiązuje podczas konsultacji. | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW5] realizacja zadania problemowego |
| [EKONMU2_W06] zna w pogłębionym stopniu statystyczne i ekonometryczne metody i narzędzia opisu oraz modelowania makro- i mikroekonomicznego struktur gospodarczych i instytucji publicznych oraz procesów w nich zachodzących | Student zna statystyczne i ekonometryczne metody opisu zasobu danych, które pozyskiwane są z ogólnodostępnych baz mediów społecznościowych w relacjach przedsiębiorstw gospodarczych oraz człowieka. | [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/diskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport | |
| Treści przedmiotu | <ol style="list-style-type: none"> Social Media jako element komunikacji użytkowników i przedsiębiorstw w Internecie - analiza sieci społecznościowych pod kątem funkcji ich wykorzystania przez użytkownika oraz przedsiębiorstwa. Liczba sieci społecznościowych dostępnych w Internecie, historia mediów społecznościowych oraz ich rozwój. Podział mediów społecznościowych ze względu na funkcje jakie pełnią. Sposoby zbierania danych i informacji o użytkownikach mediów społecznościowych. Przegląd ogólnodostępnych bezpłatnych oraz płatnych narzędzi analitycznych danych zbieranych przez media społecznościowe. Sposoby wykorzystania danych przez przedsiębiorstwa. Studia przypadków - spotkanie z praktykiem gospodarczym. <p>W celu rozwinięcia pojęć omawianych w trakcie wykładów studenci mogą skorzystać z konsultacji.</p> | | |
| Wymagania wstępne i dodatkowe | Wiedza obejmująca zakres elementów marketingu internetowego oraz mediów społecznościowych. Umiejętność wnioskowania i logicznego myślenia. | | |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe) | Próg zaliczeniowy | Składowa oceny końcowej |
| | prezentacja grupowych projektów semestralnych: wartość merytoryczna - 20 pkt, umiejętność prezentowania - 5 pkt, zaangażowanie w realizację projektu - 5 pkt, łącznie 30 pkt | 51.0% | 100.0% |

| | | |
|---|--|--|
| Zalecana lista lektur | Podstawowa lista lektur | A. Borodo, Ekonomiczne uwarunkowania wykorzystania mediów społecznościowych w handlu elektronicznym, Wydawnictwo Uniwersytet Gdanski, Katedra Transportu i Handlu Morskiego, Sopot 2021. Biblia E-biznesu 3.0, Red. M. Dutko, Wydawnictwo Helion S.A., Gliwice 2021. A. Jabłonski, Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie, Wydawnictwo Grupa Marketer S.A., Wydanie II, Lublin 2021. |
| | Uzupełniająca lista lektur | Ł. Kosuniak, To jest social selling. Wykorzystaj potencjał mediów społecznościowych w sprzedaży i marketingu B2B, Wydawnictwo Grupa Marketer S.A., Lublin 2021. F. Provost, T. Fawcett, Analiza danych w biznesie. Sztuka podejmowania skutecznych decyzji, Wydawnictwo Onepress, Gliwice 2019 G. Mazurek, E-marketing strategia, planowanie, praktyka, Wydawnictwo Poltex, Warszawa 2018. |
| | Adresy eZasobów | |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | <p>Zadanie: Projektowanie Ścieżki Komunikacji w Mediach Społecznościowych przy Użyciu Microsoft Visio</p> <p>Cel Zadania: Celem tego zadania jest zrozumienie i wizualizacja, jak informacje przepływają między użytkownikami, portalami mediów społecznościowych, i przedsiębiorstwami, oraz jak te interakcje wpływają na relacje biznesowe. Używamy Microsoft Visio do zaprojektowania diagramów, które pokazują te zależności i przepływy informacji.</p> <p>Wskazówki:</p> <ol style="list-style-type: none"> Wybór Platformy Mediów Społecznościowych: <ul style="list-style-type: none"> Zadanie rozpoczyna się od wyboru jednej lub kilku platform mediów społecznościowych (np. Facebook, Twitter, LinkedIn), które będą analizowane pod kątem przepływu informacji. Zdefiniowanie Uczestników: <ul style="list-style-type: none"> Należy zidentyfikować kluczowych uczestników procesu komunikacji: użytkownicy (klienci), platforma mediów społecznościowych (portal), i przedsiębiorstwa (biznesy). Analiza i Projektowanie Ścieżki Komunikacji: <ul style="list-style-type: none"> Analizując wybraną platformę, staramy się zrozumieć, jak informacje są tworzone, udostępniane, i odbierane przez użytkowników, jak przedsiębiorstwa wykorzystują te platformy do komunikacji z klientami, oraz jakie narzędzia (np. reklamy, posty sponsorowane, oficjalne strony i profile) są wykorzystywane w tych procesach. Następnie, przy użyciu Microsoft Visio, poproszę o stworzenie diagramów /schematów przedstawiających te ścieżki komunikacji i przepływu informacji. Diagramy powinny zawierać strzałki wskazujące kierunek przepływu informacji i etykiety opisujące rodzaj interakcji. Wnioski i Rekomendacje: <ul style="list-style-type: none"> Na podstawie analizy, opracujcie proszę wnioski dotyczące efektywności różnych ścieżek komunikacji i strategii wykorzystywanych przez przedsiębiorstwa na wybranej platformie. Zaproponujcie rekomendacje dla przedsiębiorstw, jak mogą one usprawnić swoją komunikację w mediach społecznościowych, aby lepiej docierać do swoich klientów i budować pozytywne relacje. <p>Format :</p> <ul style="list-style-type: none"> Zadanie kończy się przygotowaniem opisu zawierającego wprowadzenie (wybór platformy i uzasadnienie), opisane i wizualizowane ścieżki komunikacji, wnioski, oraz rekomendacje dla przedsiębiorstw. <p>Cel:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zrozumienie przepływu informacji w mediach społecznościowych. Dokładność i kompleksowość analizy ścieżek komunikacji. Jakość i czytelność wizualizacji w Microsoft Visio. Logika i realizm wniosków i rekomendacji. <p>To zadanie pozwoli na praktyczne zastosowanie wiedzy o mediach społecznościowych oraz na rozwijanie umiejętności analitycznych i projektowych.</p> | |
| Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu | Nie dotyczy | |