

# Projekt aktywności twórczej w Sieci - opis przedmiotu

| Informacje ogólne   |                                                |
|---------------------|------------------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu    | Projekt aktywności twórczej w Sieci            |
| Kod przedmiotu      | 05.9-WP-AKTAS-PATS                             |
| Wydział             | <a href="#">Wydział Nauk Społecznych</a>       |
| Kierunek            | Animacja kultury i twórczej aktywności w sieci |
| Profil              | ogólnoakademicki                               |
| Rodzaj studiów      | pierwszego stopnia z tyt. licencjata           |
| Semestr rozpoczęcia | semestr zimowy 2022/2023                       |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                        |
|---------------------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 5                                                                      |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 3                                                                      |
| Typ przedmiotu                  | obieralny                                                              |
| Język nauczania                 | polski                                                                 |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr Jacek Jędryczkowski</li></ul> |

| Formy zajęć  |                                         |                                        |                                            |                                           |                     |
|--------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------|
| Forma zajęć  | Liczba godzin w semestrze (stacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne) | Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne) | Forma zaliczenia    |
| Laboratorium | 30                                      | 2                                      | 18                                         | 1,2                                       | Zaliczenie na ocenę |

## Cel przedmiotu

- opanowanie podstawowej wiedzy na temat zasad planowania, konstruowania i prowadzenia e-platformy wykorzystywanej w działaniach animatora kultury.
- nabycie umiejętności korzystania z narzędzi ICT przeznaczonych do kreowania wizerunku marki, promowania produktów, imprez, wydarzeń itp. oraz konstruowania przekazów medialnych zgodnie z preferencjami i oczekiwaniami określonych grup odbiorców.
- ukształtowanie postaw: etycznego prowadzenia działań: promocyjnych, edukacyjnych i reklamowych; przestrzegania zasad prawa autorskiego oraz RODO podczas realizacji i publikowania materiałów w sieci.

## Wymagania wstępne

Student posiada podstawową wiedzę z zakresu przedmiotu studiów: "technologie informacyjne w pracy nauczyciela"

Student posiada podstawową wiedzę z zakresu przedmiotu studiów: "kanał YouTube, film i streaming w pracy animatora kultury".

## Zakres tematyczny

Ustalenia terminologiczne dotyczące projektowania oraz projektowania dydaktycznego.

Zagadnienia: Projekt zintegrowanych działań (e-platforma) w obszarze mediów społecznościowych mających na celu promocję określonego produktu (imprezy, wydarzenia, instytucji, organizacji lub produktu medialnego). Narzędzia do monitorowania aktywności internautów. Nowy typ odbiorcy/ klienta w świetle teorii psychologicznych i pedagogicznych; kreowanie wizerunku (brand marketing; web design, public relations). Autoprezentacja w mediach społecznościowych. Marketing szeptany i wirusowy w mediach społecznościowych. Projektowanie i realizacja witryny internetowej (produktu, imprezy, wydarzenia, instytucji, organizacji), której będą dotyczyły akcje promocyjne w mediach społecznościowych. Projektowanie i weryfikacja UX (User Experience) projektu witryny internetowej oraz profili w mediach społecznościowych. Web Design oprawa graficzna składowych projektu. Brand marketing – tworzenie logotypu oraz kreowanie rozpoznawalnego wizerunku marki (produktu, instytucji wydarzenia). SEO – optymalizacja witryny internetowej w celu poprawy pozycjonowania w wyszukiwarkach internetowych (pozycjonowanie organiczne). Elementy witryny: strony docelowe; prezentacja wynosząca – utrzymanie uwagi odwiedzających witrynę. Formularze Google – pomiar zainteresowania projektem. Identyfikator śledzenia Google Analytics.

## Metody kształcenia

- wykład konwersatoryjny i problemowy z zastosowaniem prezentacji multimedialnych i symulacji,
- pokaz, demonstracja (np. z zastosowaniem narzędzi do prezentacji pulpitu nauczyciela lub studenta pozostałym odbiorcom w pracowni komputerowej),
- ćwiczenia audytoryjne: dyskusja, metoda projektów (projekt praktyczny), rozwiązywanie zadań, dyskusja,
- ćwiczenia laboratoryjne: projektowanie i realizacja kampanii sieciowych.
- praca z książką oraz kursem multimedialnym (na platformie i stronie internetowej przedmiotu),
- zajęcia zdalnie (e-learning oraz blended learning) - korzystanie z platformy oraz multimedialnych kursów online prowadzącego.

## Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

| Opis efektu                                                                                                                                                                                                                                                                        | Symbole efektów                                                         | Metody weryfikacji                                                                            | Forma zajęć                                                    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Student planuje i realizuje projekty aktywności sieciowej z zastosowaniem narzędzi ICT uwzględniając: kreowanie wizerunku marki, promowania produktów, imprez, wydarzeń itp. oraz konstruuje przekazy medialne zgodnie z preferencjami i oczekiwaniami określonych grup odbiorców. | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">K_U03</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• aktywność w trakcie zajęć</li><li>• projekt</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Laboratorium</li></ul> |

| Opis efektu                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Symbole efektów         | Metody weryfikacji                       | Forma zajęć    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------------------------------|----------------|
| Student samodzielnie podejmuje działania mające na celu przygotowanie i realizację projektów aktywności sieciowej (kampanie promocyjne) z uwzględnieniem zasad etyki i poszanowaniem prawa.                                                                                                                     | • <a href="#">K_K06</a> | • aktywność w trakcie zajęć<br>• projekt | • Laboratorium |
| Student zna i charakteryzuje instytucje i organizacje kulturalne i edukacyjne, które są obiektem planowanych i realizowanych kampanii promocyjnych; wymienia i charakteryzuje uwarunkowania prawne dotyczące realizacji i publikowania w sieci informacji o instytucjach oraz osobach publicznych i prywatnych. | • <a href="#">K_W07</a> | • test                                   | • Laboratorium |
| Student zna i omawia: etapy projektowania, oddziaływania medialne, uwarunkowania i zasady autoprezentacji; strategie marketingowe, sposoby koncentrowania i utrzymania uwagi odbiorców, zasady UX i SEO oraz wymogi dotyczące stosowania Google Analytics.                                                      | • <a href="#">K_W06</a> | • test                                   | • Laboratorium |

## Warunki zaliczenia

Próg zaliczenia prac cząstkowych: zadań praktycznych, projektów oraz testów nie mniej niż 55-60%. Oceny cząstkowe z laboratorium nie są zaokrąglane. Ocena z laboratoriów (końcowa) jest średnią arytmetyczną wszystkich ocen cząstkowych i jest zaokrąglana do wartości przewidzianych w regulaminie studiów. Wartość oceny końcowej jest określana według następującej skali: 95%; 100% =5,0; 85%; 95%=4,5; 75%; 85%=4,0; 65%; 75%=3,5; 55%; 65%=3,0; 0%; 55%=2,0;

## Literatura podstawowa

1. Daxton S., *Social Media and the Law: A Guidebook for Communication Students and Professionals*, wyd. Routledge, Londyn 2017.
2. Jędrzyckowski J., Projekt aktywności twórczej w Sieci ": <https://staff.uz.zgora.pl/jjedrycz/przedmioty.html> (po wybraniu nazwy przedmiotu oraz grupy).
3. Hyatt M. S., *Twoja e-platforma. Jak się wybić w świecie pełnym zgiełku.*, Wyd. Helion, Gliwice 2013.
4. Ritter M. , Winterbottom C., *UX w projektowaniu witryn internetowych*, Wyd. Helion, Gliwice 2021.

## Literatura uzupełniająca

1. Brewer G., *Media Psychology*, wyd. Palgrave Macmillan, Londyn 2011.
2. Cengiel P., *Praktyczne zastosowanie narzędzi SEO w Twojej firmie*, Wyd. Onepress Helion, Gliwice 2021
3. Leary M., *Wywieranie wrażenia. Strategie autoprezentacji*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2017.
4. Malinowska-Parzydło J., *Jesteś marką. Jak odnieść sukces i pozostać sobą*, Wyd. Helion, Gliwice 2015.
5. Miotk A., *Skuteczne social media. Prowadź działania, osiągaj zamierzone efekty*, Wyd. Helion, Gliwice 2013.
6. Szmidt K.J., *Pedagogika twórczości*, Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Sopot 2013.

Każdorazowo ustalana przez prowadzącego.

## Uwagi

Kurs z materiałami dydaktycznymi, listami zadań oraz wymaganiami jest dostępny stronie prowadzącego: <https://staff.uz.zgora.pl/jjedrycz/przedmioty.html> po wybraniu nazwy przedmiotu wraz z numerem grupy lub w planie zajęć po wybraniu odpowiedniego Classroomu.

Zmodyfikowane przez dr Jacek Jędrzyckowski (ostatnia modyfikacja: 16-04-2022 22:23)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ