



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	w jęz. polskim	SIECI I PORTALE SPOŁECZNOŚCIOWE
			w jęz. angielskim	

Kierunek	Innowacyjna Gospodarka
Specjalność	Biznes Elektroniczny
Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
Forma studiów	stacjonarne
Profil kształcenia	ogólnoakademicki
Status przedmiotu	obowiązkowy
Rygor	zaliczenie z oceną

Semestr studiów	Liczba punktów ECTS	Liczba godzin w tygodniu				Liczba godzin w semestrze			
		W	C	L	P	W	C	L	P
III	3	1	1			15	15		
Razem w czasie studiów						30			

Wymagania w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji
Ogólna wiedza o rodzajach portali internetowych oraz marketingu elektronicznym, Umiejętność posługiwania się narzędziami informatycznymi, Kompetencje społeczne wyrażające się przez zainteresowanie rozwojem wirtualnych społeczności i analizie ich wpływu na funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.

Cele przedmiotu
Poznanie podstawowych zagadnień dotyczących znaczenia portali i sieci społecznościowych na rynkach elektronicznych. Dzięki nabytej wiedzy, umiejętnościom i kompetencjom student będzie mógł aktywniej uczestniczyć w projektach związanych z funkcjonowaniem serwisów społecznościowych oraz tworzeniem wirtualnych społeczności, a także wykorzystywaniem ich w projektach biznesowych.

Osiągane efekty uczenia się dla przedmiotu (EKP)		
Symbol	Po zakończeniu przedmiotu student:	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
EKP_01	rozumie pojęcie i znaczenie serwisów społecznościowych we współczesnych projektach biznesowych oraz w odniesieniu do modeli biznesu elektronicznego	NK_W02, NK_W08, NK_U01
EKP_02	rozumie zasady pomiaru sieci społecznościowych i potrafi stosować metodę analizy sieci społecznościowych (SNA)	NK_W04, NK_U04, NK_U13
EKP_03	potrafi zidentyfikować i wskazać rolę serwisów społecznościowych i wirtualnych społeczności w strategiach marketingowych przedsiębiorstw	NK_W02, NK_U12
EKP_04	potrafi wskazać powszechnie stosowane narzędzia budowy portali społecznościowych i rozumie problematykę bezpieczeństwa danych przetwarzanych za ich pomocą	NK_W06, NK_U07

Treści programowe	Liczba godzin				Odniesienie do EKP
	W	C	L	P	
Podstawowe pojęcia z psychologii i socjologii: grupy, społeczności, socjalizacja, potrzeby, tożsamość, prywatność, itp. Historia i rozwój społeczności internetowych	2				EKP_01
Rola wirtualnych społeczności. Społeczności internetowe w budowaniu społeczeństwa obywatelskiego i informacyjnego. Sieci społecznościowe, pomiar i analiza sieci społecznych (<i>Social Network Analysis – SNA</i>)	4	6			EKP_01, EKP_02
Media społecznościowe a portale społecznościowe. Zastosowania i rodzaje portali społecznościowych. Aspekty prawne prowadzenia serwisów społecznościowych	2				EKP_01, EKP_02
Narzędzia budowy portali społecznościowych. Zagrożenia i bezpieczeństwo danych w portalach społecznościowych	2	4			EKP_04
Modele biznesowe portali społecznościowych. Social commerce	2	1			EKP_03
Marketing a społeczności internetowe, budowanie wizerunku w sieci (studium przypadku)	2	2			EKP_02, EKP_03
Serwisy społecznościowe na świecie i w Polsce – najpopularniejsze serwisy, wydawcy, struktura i wartość rynku, użytkownicy (studium przypadku)	1	2			EKP_03
Łącznie godzin	15	15			

Metody weryfikacji efektów uczenia się dla przedmiotu									
Symbol EKP	Test	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Sprawozdanie	Projekt	Prezentacja	Zaliczenie praktyczne	Inne
EKP_01	x					x	x		
EKP_02	x					x		x	
EKP_03	x						x		
EKP_04	x							x	

Kryteria zaliczenia przedmiotu
Zaliczenie wykładu w formie testu (50% prawidłowych odpowiedzi na zaliczenie)
Ocena końcowa z przedmiotu to średnia arytmetyczna: 50% oceny z testu + 50% oceny końcowej z ćwiczeń
Uwaga: student otrzymuje ocenę powyżej dostatecznej, jeżeli uzyskane efekty uczenia się przekraczają wymagane minimum.

Nakład pracy studenta				
Forma aktywności	Szacunkowa liczba godzin przeznaczona na zrealizowanie aktywności			
	W	C	L	P
Godziny kontaktowe	15	15		
Czytanie literatury	10			
Przygotowanie do zajęć ćwiczeniowych, laboratoryjnych, projektowych		10		
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	15	5		
Opracowanie dokumentacji projektu/sprawozdania		5		
Uczestnictwo w zaliczeniach i egzaminach	2			
Udział w konsultacjach	2	4		
Łącznie godzin	44	39		
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu	83			
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	3			
	Liczba godzin		ECTS	
Obciążenie studenta związane z zajęciami praktycznymi	39		1	
Obciążenie studenta na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	38		2	

Literatura podstawowa
Evans L., Social Media Marketing, Helion, 2011
Frankowski P., Juneja A., Serwisy społecznościowe. Budowa, administracja i moderacja, Helion, 2009
Porter J., Serwisy społecznościowe. Projektowanie, Helion, 2009

Literatura uzupełniająca

Raport SocialMedia 2010, Internet Standard

Hartl M., Prochazka A., RailsSpace. Tworzenie społecznościowych serwisów internetowych w Ruby on Rails, Helion, 2008

Walczak-Duraj D., Socjologia dla ekonomistów, PWE, Warszawa 2010

Osoba odpowiedzialna za przedmiot

dr Natalia Mańkowska

KSI

Pozostałe osoby prowadzące przedmiot

mgr Paweł Szyman

KSI