

# Akademia Nauk Stosowanych

## KARTA PRZEDMIOTU

|                                 |                                                           |              |               |                 |                    |      |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------|---------------|-----------------|--------------------|------|
| Nazwa przedmiotu:               | Marketing treści                                          |              |               |                 |                    |      |
| Okres ważności karty:           | IN_JCz_P_I_(2023-2026)                                    |              |               |                 |                    |      |
| Forma kształcenia:              | Studia licencjackie                                       |              |               |                 |                    |      |
| Forma studiów:                  | stacjonarne                                               |              |               |                 |                    |      |
| Profil studiów:                 | praktyczny                                                |              |               |                 |                    |      |
| Kierunek studiów:               | Filologia                                                 |              |               |                 |                    |      |
| Specjalność/Specjalizacja:      |                                                           |              |               |                 |                    |      |
| Przedmiot realizowany:          |                                                           |              |               |                 |                    |      |
| Rok                             | Semestr                                                   | Rodzaj zajęć | Liczba godzin | Wartość % zajęć | Rygor zaliczenia   | ECTS |
| 3                               | 6                                                         | war          | 15            | 100             | zaliczenie z oceną | 1    |
| Razem                           |                                                           |              | 15            |                 |                    | 1    |
| Jednostka prowadząca przedmiot: | Instytut Neofilologii                                     |              |               |                 |                    |      |
| Koordynator:                    | Joanna Maksym-Benczew                                     |              |               |                 |                    |      |
| Język wykładowy:                | semestr: 6 - czeski (100%)                                |              |               |                 |                    |      |
| Status przedmiotu:              | obowiązkowy                                               |              |               |                 |                    |      |
| Moduł, grupa przedmiotów:       | C. MODUŁ PRZEDMIOTÓW UZUPEŁNIAJĄCYCH                      |              |               |                 |                    |      |
| Prowadzący zajęcia:             | dr Stepanka Kozderova Velcovska, dr Joanna Maksym-Benczew |              |               |                 |                    |      |

### Objaśnienia:

Rodzaj zajęć: obowiązkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zajęć: w - wykład, ćw - ćwiczenia audytoryjne, lek - lektorat, s – seminarium, lab – laboratoria, p – projekt, sk samokształcenie, pz – praktyka zawodowa, war - warsztaty, k - konwersatorium, pw - praca własna, p.art. - pracownia artystyczna, zp zajęcia praktyczne

|                                                                                                                                                                                                                                                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Przedmioty wprowadzające i wymagania wstępne:</b>                                                                                                                                                                                                       |
| Biegłe posługiwanie się językiem ojczystym w mowie i w piśmie, znajomość języka czeskiego na poziomie B1, zaliczenie przedmiotu Podstawy ekonomii w praktyce (sem.5)                                                                                       |
| <b>Cel przedmiotu</b>                                                                                                                                                                                                                                      |
| Celem kursu warsztatów jest nabycie przez studentów podstawowej wiedzy i umiejętności pozwalających na efektywne tworzenie i zarządzanie dystrybucją treści w mediach społecznościowych oraz za pośrednictwem innych wybranych narzędzi content marketing. |

| Szczegółowe efekty uczenia się                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                           |                                                                                     |                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|
| Lp.                                                                                                                                                                                                                                                                          | Opis efektu uczenia się<br>Student, który zrealizował przedmiot:                                                                                                                                                                                                   | Metoda realizacji<br>efektów uczenia<br>się                                                                                                               | Metody sprawdzenia efektu uczenia<br>się                                            | Odniesienie do efektów<br>dla<br>modułu/specjalno<br>ści/kierunku studiów |
|                                                                                                                                                                                                                                                                              | ma zaawansowaną wiedzę z zakresu różnych rejestrów języka czeskiego, w tym specyfiki języka marketingu, wie, jak stosować ją redagując teksty przydatne w działalności zawodowej filologa języka nowożytnego lub tłumacza;                                         | M1 - praca z materiałem źródłowym<br><br>M4 - redagowanie tekstu                                                                                          | Ocena analizy materiału źródłowego<br><br>Ocena zredagowanego tekstu                | K_W06                                                                     |
| 2                                                                                                                                                                                                                                                                            | ma uporządkowaną wiedzę o sposobach diagnozowania potrzeb odbiorców pracy filologa języka nowożytnego lub tłumacza oraz sposobach określenia poziomu świadczonych dla tychże odbiorców usług;                                                                      | M1 - praca z materiałem źródłowym<br><br>M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study               | Ocena analizy materiału źródłowego<br><br>Ocena pracy w grupie zadaniowej           | K_W10                                                                     |
| 3                                                                                                                                                                                                                                                                            | zna i rozumie w zaawansowanym stopniu socjolingwistyczne oraz społeczne strategie komunikacji w środowisku zawodowym filologa języka nowożytnego lub tłumacza, co ma odzwierciedlenie w prawidłowym rozumieniu analizowanych przypadków (case study);              | M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study<br><br>M4 - redagowanie tekstu<br><br>M5 - prezentacja | Ocena pracy w grupie zadaniowej<br>Ocena zredagowanego tekstu<br>Ocena prezentacji, | K_W11                                                                     |
| 4                                                                                                                                                                                                                                                                            | potrafi komunikować się używając języka specjalistycznego w kontaktach z fachowcami, jak również z odbiorcami spoza grona specjalistów (zarówno w języku polskim, jak i czeskim) przy efektywnym tworzeniu treści dystrybuowanych np. w mediach społecznościowych; | M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study<br><br>M4 - redagowanie tekstu<br><br>M5 - prezentacja | Ocena pracy w grupie zadaniowej<br>Ocena zredagowanego tekstu<br>Ocena prezentacji, | K_U07                                                                     |
| 5                                                                                                                                                                                                                                                                            | precyzyjnie dobiera narzędzia i metody konieczne do określenia potrzeb odbiorców usług świadczonych przez filologa języka nowożytnego lub tłumacza;                                                                                                                | M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study<br><br>M5 - prezentacja                                | Ocena pracy w grupie zadaniowej<br>Ocena prezentacji,                               | K_U09                                                                     |
| 6                                                                                                                                                                                                                                                                            | jest gotów do działalności na rzecz środowiska społecznego, korzystania z różnych mediów (zarówno w języku polskim, jak i czeskim).                                                                                                                                | M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study<br><br>M5 - prezentacja                                | Ocena pracy w grupie zadaniowej<br>Ocena prezentacji,                               | K_K06                                                                     |
| Metody realizacji efektów uczenia się (opis szczegółowy)                                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                           |                                                                                     |                                                                           |
| Ćwiczenia praktyczne (M5 - prezentacja), Ćwiczenia praktyczne (M4 - redagowanie tekstu), Ćwiczenia praktyczne (M3 - praca w grupie zadaniowej - analiza wybranych treści na stronie, analiza wybranego case study), Ćwiczenia praktyczne (M1 - praca z materiałem źródłowym) |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                           |                                                                                     |                                                                           |
| Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się                                                                                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                           |                                                                                     |                                                                           |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>wiedza:</b></p> <p>Ocena analizy materiału źródłowego</p> <p>Ocena zredagowanego tekstu</p> <p>Ocena pracy w grupie zadaniowej</p> <p>Ocena prezentacji</p> <p><b>umiejętności:</b></p> <p>Ocena pracy w grupie zadaniowej</p> <p>Ocena zredagowanego tekstu</p> <p>Ocena prezentacji</p> <p><b>kompetencje społeczne:</b></p> <p>Ocena pracy w grupie zadaniowej</p> <p>Ocena prezentacji</p> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

| Warunki zaliczenia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                               |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Pozytywna ocena pracy z materiałem źródłowym, pozytywna ocena prezentacji, pozytywna ocena zredagowanego tekstu.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                               |
| Treści Kształcenia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Liczba godzin                 |
| <b>Semestr: 6</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |
| Forma zajęć: warsztaty                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                               |
| <p>Wprowadzenie do content marketingu (CM): definicja CM, strategia treści. Marketing tradycyjny vs. marketing treści: różnica.</p> <p>Biznesowe cele CM.</p> <p>Narzędzia CM: blog, media społecznościowe, case study, webinarium, transmisja online, publikacja wideo, artykuł sponsorowany, newsletter, prezentacja online, aplikacja mobilna, infografika, e-book, white paper, grywalizacja, mikrostrona.</p> <p>Proces tworzenia strategii treści: najlepsze praktyki.</p> <p>Strategia CM: grupa docelowa, dobór narzędzi content marketingowych, harmonogram, zespół, budżet, dystrybucja content marketingu.</p> <p>Analiza 'case studies'.</p> | 15                            |
| Literatura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                               |
| Podstawowa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                               |
| Dytman-Stasieńko, A., Stasieńko, J. (red.), Język@multimedia, Wrocław 2005                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                               |
| Jeziński, M., Nowe media a media tradycyjne : prasa, reklama, internet, Toruń 2009                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                               |
| Łodziana-Grabowska, J., Wiktor, J.W. (red.), Koncepcje zarządzania i marketingu w sferze kultury : projektowanie, implementacja i kontekst skuteczności działań/Koncepcje řízení a marketingu ve sféře kultury : projektování, implementace a kontext účinnosti aktivit, Warszawa 2014                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                               |
| Pojda, A., Content marketing: najpopularniejsze formaty treści, Assist, Edinburgh (Edynburg) 2020                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                               |
| Stawarz-Garcia, B., Content marketing po polsku: jak przyciągnąć klientów, Warszawa 2015                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                               |
| Uzupełniająca                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                               |
| Portale, strony internetowe, media społecznościowe,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                               |
| Szpon, J., Pawlicz, A., Szostak, D., E-marketing w nowoczesnej firmie, Warszawa 2014                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                               |
| Sposób określenia liczby punktów ECTS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                               |
| Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | Obciążenia studenta [w godz.] |
| Zajęcia dydaktyczne                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 15                            |
| Samokształcenie                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | 0                             |

|                                                     |           |      |
|-----------------------------------------------------|-----------|------|
| Praca własna studenta                               | 10        |      |
| Sumaryczne obciążenie pracą studenta                | 25        |      |
| Liczba punktów ECTS                                 |           |      |
| Łączna liczba punktów ECTS przypisana do przedmiotu | 1         |      |
| Bezpośredni kontakt z nauczycielem                  | L. godzin | ECTS |
|                                                     | 15        | 0,6  |

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zajęć wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego.