

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2020-2023 (skrajne daty)

Rok akademicki 2021/2022

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Pozycjonowanie tekstów w Internecie (SEM i SEO)
Kod przedmiotu*	IC1/29
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Zakład Kultury Mediów
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	Rok II, semestr 4
Rodzaj przedmiotu	Ćwiczenia warsztatowe
Język wykładowy	polski
Koordynator	Członkini wsp. Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS dr Krystyna Gielarek-Gorczyca
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Krystyna Gielarek-Gorczyca (autorka programu)

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
4		15							1

1.2. Sposób realizacji zajęć

x w formie tradycyjnej

 zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (zajęcia prowadzone są w formie zdalnej, jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów).**1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**Zaliczenie z oceną**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowe wiadomości z zakresu wiedzy o języku, zainteresowanie przedmiotem oraz własne doświadczenia dotycząc komunikacji internetowej.

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C ₁	Zdobycie wiedzy w zakresie wykorzystania różnego rodzaju tekstów w komunikacji marketingowej.
C ₂	Kształcenie umiejętności identyfikowania fraz i słów kluczowych oraz grup docelowych komunikatów marketingowych stosowanych w pozycjonowaniu.
C ₃	Poznanie zasad doboru tematów do poszczególnych tekstów stosowanych w komunikacji marketingowej.
C ₄	Ćwiczenie umiejętności gromadzenia i selekcji materiałów, a także oceny ich wartości.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	Student/ka zna w zaawansowanym stopniu terminologię z zakresu nauk o komunikacji i mediach, a także niezbędną dla dziennikarza terminologię literacką, językoznawczą i kulturoznawczą oraz rozumie źródła i zastosowanie ww. dyscyplin naukowych	K_Wo1
EK_02	Student/ka ma podstawową wiedzę ogólną z zakresu nauk o mediach i komunikacji społecznej, ich podstaw teoretycznych oraz wybranych zagadnień z zakresu wiedzy szczegółowej	K_Wo4
EK_03	Student/ka rozumie potrzebę komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej wykorzystującej możliwości języka ojczystego i szeroko rozumianej komunikacji językowo-kulturowej oraz zna podstawowe obowiązki i zadania rzecznika prasowego instytucji	K_Wo7, K_Wo8
EK_04	Student/ka właściwie potrafi określić, dokonać wyboru i wykorzystać rozmaite źródła informacji dziennikarskich oraz swobodnie posługuje się nimi w pracy dziennikarza i publicysty we wszystkich rodzajach mediów, a także dokonuje ich oceny, krytycznej analizy syntetyzuje zdobyte informacje, aby móc tworzyć właściwe teksty	K_Uo4
EK_05	Student/ka potrafi krytycznie ocenić zarówno poziom posiadanej przez siebie wiedzy, jak i odbieranych treści w myśl dobrze rozumianego interesu publicznego	K_Ko3

3.3 Treści programowe

A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
-

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne	Godziny
1. Działanie wyszukiwarek stron WWW – prezentacja popularnych wyszukiwarek, wyszukiwanie danych, przeszukiwanie grup dyskusyjnych.	2 godz.
2. Budowanie wizerunku marki a pozycja w wynikach wyszukiwania.	2 godz.
3. Zawartość merytoryczna strony internetowej i optymalizacja strony WWW.	2 godz.
4. Frazy i słowa kluczowe – dobór słów, rozmieszczenie słów na stronie WWW, nagłówki, atrybuty alt i title.	2 godz.
5. Hipertącza – linki przychodzące, linki wychodzące i PageRank.	2 godz.
6. Rodzaje tekstów stosowanych w pozycjonowaniu stron internetowych.	3 godz.
7. Potencjalne zagrożenie i błędy w zakresie pozycjonowania stron WWW.	2 godz.
Razem	15 godz.

3.4 Metody dydaktyczne

Ćwiczenia: metoda problemowa, analiza przykładów z dyskusją.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
EK_01	Obserwacja w trakcie zajęć	Ćwiczenia
EK_02	Obserwacja w trakcie zajęć	Ćwiczenia
EK_03	Obserwacja w trakcie zajęć	Ćwiczenia
EK_04	Projekt	Ćwiczenia
EK_05	Projekt	Ćwiczenia

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

- Obecność w 80% zajęć.
- Aktywność na zajęciach.
- Przygotowanie projektu wskazującego na umiejętność zastosowania wiedzy w zakresie przygotowania tekstów stosowanych w pozycjonowaniu stron internetowych.

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	3
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, zaliczenia/egzaminu,	12

napisanie referatu itp.)	
SUMA GODZIN	30
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	1

* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	-
zasady i formy odbywania praktyk	-

7. LITERATURA

<p>Literatura podstawowa:</p> <p>Bralczyk J., <i>Język na sprzedaż</i>, Warszawa-Bydgoszcz, 2000.</p> <p><i>Dziennikarstwo i świat mediów</i>, pod red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2010.</p> <p>Olszański L., <i>Dziennikarstwo internetowe</i>, Warszawa 2006.</p> <p>Olszański L., <i>Media i dziennikarstwo internetowe</i>, Warszawa 2012.</p> <p>Pisarek W., <i>Nowa retoryka dziennikarska</i>, Kraków 2003.</p> <p>Tkaczyk P., <i>Zakamarki marki</i>, Gliwice 2011.</p> <p>Wolny-Zmorzyński K., Furman W., <i>Internetowe gatunki dziennikarskie</i>, Warszawa 2010.</p> <p>Wrycza-Bekier J., <i>Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla internetu</i>, Gliwice 2010.</p>
<p>Literatura uzupełniająca:</p> <p>Bortnowski S., <i>Warsztaty dziennikarskie</i>, Warszawa 1999.</p> <p>Fras J., <i>Dziennikarski warsztat językowy</i>, Wrocław 1999.</p> <p>Gogołek Wł., <i>Technologie informacyjne mediów</i>, Warszawa 2006.</p> <p>Grela G., <i>Wyszukiwanie informacji w Internecie</i>, Warszawa 2001.</p> <p>Jones D., <i>Wszystko o Internecie</i>, Warszawa 2002.</p> <p>Nicholas D., <i>Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu</i>, Warszawa 2001.</p> <p>Ożóg K., <i>Polszczyzna przelotem xx i xxi wieku. Wybrane zagadnienia</i>, Rzeszów 2001.</p> <p>Pisarek W., <i>Słowa między ludźmi</i>, Warszawa 1985.</p> <p><i>Polszczyzna płata nam figle. Poradnik językowy dla każdego</i>, pod red. J. Podrackiego, Warszawa 1993.</p> <p>Skudrzyk A., Urban K., <i>Znaleźć słowo trafne... stylistyczno-komunikacyjny obraz współczesnej polszczyzny</i>, Katowice 2007.</p> <p>Stepowicz M., <i>Czasopisma w Internecie</i>, Ebib 1999, nr 2.</p> <p>Wallace P. M., <i>Psychologia Internetu</i>, Poznań 2001.</p> <p><i>Współczesny język polski</i>, pod red. J. Bartmińskiego, Wrocław 1993.</p>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej