

**SYLABUS**

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2021-2024 (skrajne daty)

Rok akademicki 2022/2023

**1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	<b>Pozycjonowanie tekstów w Internecie (SEM i SEO)</b>
Kod przedmiotu*	IC1/29
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
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
Koordinator	członkini wsp. Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS dr Krystyna Gielarek-Gorczyca
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	<b>dr Krystyna Gielarek-Gorczyca (autorka programu)</b>

\* -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 <sub>1</sub>	Zdobycie wiedzy w zakresie wykorzystania różnego rodzaju tekstów w komunikacji marketingowej.
C <sub>2</sub>	Kształcenie umiejętności identyfikowania fraz i słów kluczowych oraz grup docelowych komunikatów marketingowych stosowanych w pozycjonowaniu.
C <sub>3</sub>	Poznanie zasad doboru tematów do poszczególnych tekstów stosowanych w komunikacji marketingowej.
C <sub>4</sub>	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 <sup>1</sup>
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_Wo7-08
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	K_Uo4
EK_05	Student/ka w pracy zawodowej potrafi być elastyczny, kreatywny i niezależny, jednocześnie zdyscyplinowany i potrafiący skutecznie planować oraz organizować zarówno pracę własną, jak i zespołową (także o charakterze interdyscyplinarnym), współdziałając z innymi osobami	K_Ko3
EK_06	Student/ka potrafi krytycznie ocenić zarówno poziom posiadanej przez siebie wiedzy, jak i odbieranych treści	K_Ko3

#### 3.3 Treści programowe

##### A. Problematyka wykładu

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

Treści merytoryczne
-
-
-

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. Hiperłącza – 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.
<b>Razem</b>	<b>15 godz.</b>

### 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
EK_06	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, napisanie referatu itp.)	12
SUMA GODZIN	30
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>1</b>

\* 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

Literatura podstawowa:

Bralczyk J., *Język na sprzedaż*, Warszawa-Bydgoszcz, 2000.

*Dziennikarstwo i świat mediów*, pod red. Z. Bauer, E. Chudziński, Kraków 2010.

Olszański L., *Dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2006.

Olszański L., *Media i dziennikarstwo internetowe*, Warszawa 2012.

Pisarek W., *Nowa retoryka dziennikarska*, Kraków 2003.

Tkaczyk P., *Zakamarki marki*, Gliwice 2011.

Wolny-Zmorzyński K., Furman W., *Internetowe gatunki dziennikarskie*, Warszawa 2010.

Wrycza-Bekier J., *Webwriting. Profesjonalne tworzenie tekstów dla internetu*, Gliwice 2010.

Literatura uzupełniająca:

Bortnowski S., *Warsztaty dziennikarskie*, Warszawa 1999.

Fras J., *Dziennikarski warsztat językowy*, Wrocław 1999.

Gogołek Wł., *Technologie informacyjne mediów*, Warszawa 2006.

Grela G., *Wyszukiwanie informacji w Internecie*, Warszawa 2001.

Jones D., *Wszystko o Internecie*, Warszawa 2002.

Nicholas D., *Ocena potrzeb informacyjnych w dobie Internetu*, Warszawa 2001.

Ożóg K., *Polszczyzna przełomu xx i xxi wieku. Wybrane zagadnienia*, Rzeszów 2001.

Pisarek W., *Słowa między ludźmi*, Warszawa 1985.

*Polszczyzna płata nam figle. Poradnik językowy dla każdego*, pod red. J.

Podrackiego, Warszawa 1993.

Skudrzyk A., Urban K., *Znaleźć słowo trafne... stylistyczno-komunikacyjny obraz współczesnej polszczyzny*, Katowice 2007.

Stepowicz M., *Czasopisma w Internecie*, Ebib 1999, nr 2.

Wallace P. M., *Psychologia Internetu*, Poznań 2001.

*Współczesny język polski*, pod red. J. Bartmińskiego, Wrocław 1993.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej