

**AGH**AGH UNIVERSITY OF SCIENCE  
AND TECHNOLOGY

Nazwa modułu zajęć: E-trends. Analiza trendów w Internecie

Rok akademicki: 2019/2020 Kod: HSOC-2-110-EG-s Punkty ECTS: 1

Wydział: Humanistyczny

Kierunek: Socjologia Specjalność: E-gospodarka

Poziom studiów: Studia II stopnia Forma studiów: Stacjonarne

Język wykładowy: Polski Profil: Ogólnoakademicki (A) Semestr: 1

Strona www: —

Prowadzący moduł: mgr Kućma Grzegorz (grzegorz.kucma@gmail.com)

### Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla modułu zajęć

Analiza trendów w internecie pozwala uchwycić zależności między strefą społeczną a gospodarczą. Na ćwiczenia projektowych studenci stosować będą wiedzę z socjologii gospodarki do analizy społecznych aspektów funkcjonowania gospodarki opartej na wiedzy. Studenci poznają źródła danych o Internecie jako medium społecznym, reklamowym i marketingowym, metodologię badań Internetu oraz sposoby weryfikowania wybranych mediaplanów w oparciu o rzeczywiste pomiary. Będą umieli odróżnić projekty rzetelne od nierealistycznych. Poznają wskaźniki mediowe stosowane w prasie, radio i TV oraz nauczą się porównywać je z danymi internetowymi, obliczać koszt dotarcia do użytkownika każdego z mediów oraz zbudować poprawną rekomendację. Poznają metodologię badań przez Internet, a w tym właściwego doboru metody badawczej. Poznają narzędzia do weryfikacji danych o internecie i jego użytkownikach. Sporządzą projekt kampanii internetowej.

### Opis efektów uczenia się dla modułu zajęć

| Kod MEU               | Student, który zaliczył moduł zajęć zna i rozumie/potrafi/jest gotów do                                                                                                                                          | Powiązania z KEU        | Sposób weryfikacji i oceny efektów uczenia się osiągniętych przez studenta w ramach poszczególnych form zajęć i dla całego modułu zajęć |
|-----------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Wiedza: zna i rozumie |                                                                                                                                                                                                                  |                         |                                                                                                                                         |
| M_W001                | Zna różnorodne techniki pozyskiwania danych właściwe dla nauk humanistycznych i społecznych, potrafi samodzielnie je konstruować i analizować wyniki wykorzystując nowe technologie komunikacyjne i internetowe. | SOC2A_W10,<br>SOC2A_W11 | Projekt, Aktywność na zajęciach                                                                                                         |
| Umiejętności: potrafi |                                                                                                                                                                                                                  |                         |                                                                                                                                         |

|                                      |                                                                                                                                                               |                                       |                                                    |
|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------------------------|
| M_U001                               | Potrafi pisać i prezentować projekty kampanii internetowych z wykorzystaniem danych statystycznych.                                                           | SOC2A_U11,<br>SOC2A_U09,<br>SOC2A_U10 | Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach          |
| M_U002                               | Potrafi analizować powstawanie trendów w internecie. Rozumie ich kontekst ekonomiczny, polityczny i kulturalny.                                               | SOC2A_U04,<br>SOC2A_U02,<br>SOC2A_U05 | Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach          |
| M_U003                               | Potrafi zaprojektować i przeprowadzić badania internetu, badania przez internet i badania o internecie jako medium.                                           | SOC2A_U12,<br>SOC2A_U08,<br>SOC2A_U09 | Projekt, Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach |
| Kompetencje społeczne: jest gotów do |                                                                                                                                                               |                                       |                                                    |
| M_K001                               | Rozumie znaczenie i konsekwencje szeroko pojętej inżynierii społecznej, kampanii medialnych i społecznych, w obszarze działań komercyjnych i niekomercyjnych. | SOC2A_K07                             | Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach          |
| M_K002                               | Potrafi ocenić realistyczność projektów kampanii internetowych i wyrazić zastrzeżenia związane z ich założeniami metodologicznymi i wnioskami post hoc.       | SOC2A_K03                             | Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach          |
| M_K003                               | Ma świadomość znaczenia analizy socjologicznej dla powstawania trendów w Internecie.                                                                          | SOC2A_K04                             | Wykonanie ćwiczeń, Aktywność na zajęciach          |

### Liczba godzin zajęć w ramach poszczególnych form zajęć

| Suma | Forma zajęć dydaktycznych |                       |                         |                      |                |                     |                    |                  |                     |                               |          |
|------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|----------------|---------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------------------|----------|
|      | Wykład                    | Ćwiczenia audytoryjne | Ćwiczenia laboratoryjne | Ćwiczenia projektowe | Konwersatorium | Zajęcia seminaryjne | Zajęcia praktyczne | Zajęcia terenowe | Zajęcia warsztatowe | Prace kontrolne i przejściowe | Lektorat |
| 10   | 0                         | 0                     | 0                       | 0                    | 0              | 0                   | 0                  | 0                | 10                  | 0                             | 0        |

### Matryca kierunkowych efektów uczenia się w odniesieniu do form zajęć i sposobu zaliczenia, które pozwalają na ich uzyskanie

| Kod MEU               | Student, który zaliczył moduł zajęć zna i rozumie/potrafi/jest gotów do | Forma zajęć dydaktycznych |                       |                         |                      |                |                     |                    |                  |                     |                               |          |
|-----------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-----------------------|-------------------------|----------------------|----------------|---------------------|--------------------|------------------|---------------------|-------------------------------|----------|
|                       |                                                                         | Wykład                    | Ćwiczenia audytoryjne | Ćwiczenia laboratoryjne | Ćwiczenia projektowe | Konwersatorium | Zajęcia seminaryjne | Zajęcia praktyczne | Zajęcia terenowe | Zajęcia warsztatowe | Prace kontrolne i przejściowe | Lektorat |
| Wiedza: zna i rozumie |                                                                         |                           |                       |                         |                      |                |                     |                    |                  |                     |                               |          |

|                                      |                                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
|--------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| M_W001                               | Zna różnorodne techniki pozyskiwania danych właściwe dla nauk humanistycznych i społecznych, potrafi samodzielnie je konstruować i analizować wyniki wykorzystując nowe technologie komunikacyjne i internetowe. | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| Umiejętności: potrafi                |                                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| M_U001                               | Potrafi pisać i prezentować projekty kampanii internetowych z wykorzystaniem danych statystycznych.                                                                                                              | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| M_U002                               | Potrafi analizować powstawanie trendów w internecie. Rozumie ich kontekst ekonomiczny, polityczny i kulturalny.                                                                                                  | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| M_U003                               | Potrafi zaprojektować i przeprowadzić badania internetu, badania przez internet i badania o internecie jako medium.                                                                                              | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| Kompetencje społeczne: jest gotów do |                                                                                                                                                                                                                  |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |   |
| M_K001                               | Rozumie znaczenie i konsekwencje szeroko pojętej inżynierii społecznej, kampanii medialnych i społecznych, w obszarze działań komercyjnych i niekomercyjnych.                                                    | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| M_K002                               | Potrafi ocenić realistyczność projektów kampanii internetowych i wyrazić zastrzeżenia związane z ich założeniami metodologicznymi i wnioskami post hoc.                                                          | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |
| M_K003                               | Ma świadomość znaczenia analizy socjologicznej dla powstawania trendów w Internecie.                                                                                                                             | - | - | - | - | - | - | - | - | - | + | - | - |

## Nakład pracy studenta (bilans punktów ECTS)

| Forma aktywności studenta                 | Obciążenie studenta |
|-------------------------------------------|---------------------|
| Udział w zajęciach dydaktycznych/praktyka | 10 godz             |
| Przygotowanie do zajęć                    | 14 godz             |
| Dodatkowe godziny kontaktowe              | 1 godz              |
| Sumaryczne obciążenie pracą studenta      | 25 godz             |
| Punkty ECTS za moduł                      | 1 ECTS              |

## Pozostałe informacje

## **Szczegółowe treści kształcenia w ramach poszczególnych form zajęć (szczegółowy program wykładów i pozostałych zajęć)**

### **Zajęcia warsztatowe**

E-trends. Analiza trendów w internecie

1. Jak mierzone są tradycyjne media – 2h:

prasa;  
radio,  
telewizja,  
outdoor.

2. Co możemy mierzyć w internecie? – 4h

badania internetu (oglądalność, sposoby użytkowania i inne);  
badania przez internet (np. badania marketingowe);  
badania o internecie jako medium.

3. Badania oglądalności Internetu – 3h

site-centric – metody badania internetu z punktu widzenia portalu/witryny;  
user-centric – metoda badania z punktu widzenia użytkownika.

### **Metody i techniki kształcenia:**

Zajęcia warsztatowe: wykład, praca pisemna, projekt

### **Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu:**

Warunkiem dopuszczenia do zaliczenia jest aktywny udział w zajęciach: napisaniu wypracowania na zajęciach, i aktywnego udziału. Zaliczenia zajęć warsztatowych polega też na zaprojektowaniu kampanii internetowej.

W II i III terminie zaliczenie pozostaje bez zmian (przygotowanie projektu kampanii internetowej oraz odpowiedź ustna i wykonywanie zadań w formie pisemnej)

### **Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa:**

Zajęcia warsztatowe:

- Obecność obowiązkowa: Tak
- Zasady udziału w zajęciach: aktywna obecność

### **Sposób obliczania oceny końcowej**

- aktywność na zajęciach (udział w dyskusjach i zadaniach dla studentów, w tym wypracowanie pisane na zajęciach) 20% oceny,
- projekt kampanii internetowej 80% oceny.

### **Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach:**

- obecność na zajęciach – każdą nieobecność niezależnie od przyczyny, należy odrobić w porozumieniu z prowadzącym zajęcia przed rozpoczęciem sesji egzaminacyjnej pod rygorem utraty pierwszego terminu zaliczenia.

### **Wymagania wstępne i dodatkowe, z uwzględnieniem sekwencyjności modułów**

brak

### **Zalecana literatura i pomoce naukowe**

Dąbrowska, Anna, Mirosława Janoś-Kreśło. 2010. KONSUMENT NA RYNKU E-USŁUG W KRAJACH EUROPY ŚRODKOWO-WSCHODNIEJ. Warszawa: Difin.

Janoś-Kreśło, Mirosława, Bogdan Mróz. 2006. KONSUMENT I KONSUMPCJA WE WSPÓŁCZESNEJ GOSPODARCE. Warszawa: Oficyna Wydawnicza Szkoła Główna Handlowa.

Malarewicz, Agnieszka. 2009. KONSUMENT A REKLAMA: STUDIUM CYWILNOPRAWNE. Warszawa: Oficyna Wolters Kluwer Business.

Oleksiak, Adam. 2006. KONSUMENT NA RYNKU E-COMMERCE. Kielce: Wyższa Szkoła Umiejętności im. S. Staszica.

### **Publikacje naukowe osób prowadzących zajęcia związane z tematyką modułu**

Grzegorz Kućma obecnie pracuje jako Mobile App & Foreign Markets Project Manager w ANSWEAR.com. Zwoje doświadczenie zawodowe zdobywał w DreamCommerce, foodpanda, KRN media sp. z o.o. / kreoCEN sp. z o.o.. Swoją wiedzą praktyczną dzieli się ze studentami AGH w ramach zajęć warsztatowych.

### **Informacje dodatkowe**

Przedmiot należy do grupy modułów angażujących studentów do udziału w działalności naukowej.