

Sylabus
Media społecznościowe w sektorze publicznym
Ćwiczenia
2022/2023

Prowadzący: Joanna Radzioch

e-mail: joanna.radzioch@amu.edu.pl

dyżury: zgodnie z Planerem

Zasady zaliczenia przedmiotu:

- Dozwolona 1 nieobecność nieusprawiedliwiona;
- Każda nadprogramowa nieobecność musi zostać zaliczona esejem na temat zadany przez prowadzącego zajęcia;
- Zaliczenie projektu końcowego

Tematyka zajęć:

1. Zajęcia organizacyjne
2. Psychologia mediów społecznościowych i Internetu
3. Sektor publiczny a media społecznościowe
4. Pozycja oraz rola obywatela w dostarczaniu usług publicznych
5. Wykorzystanie mediów społecznościowych do budowania marki własnej jednostek sektora publicznego
6. Wykorzystanie mediów społecznościowych przez różne podmioty do budowania świadomości wśród obywateli
7. Wykorzystanie mediów i kanałów społecznościowych przez polityków
8. Prezentacja projektów

Literatura:

1. Lakoff G., *Nie myśl o słoniu. Jak język kształtuje politykę*, Wydawnictwo Łośgraf, 2011.
2. Czyżowski D., Porębski L., Media społecznościowe w kampanii wyborczej. Wykorzystanie Twittera w polskich wyborach parlamentarnych w 2015 roku, „Studia Politologiczne”, nr 45/2017.
3. Scheffs Ł., *Socjotechniczny wymiar konsultacji społecznych*, „Samorząd terytorialny”, nr 10/2021.
4. Kowalik K., *Serwisy społecznościowe w komunikacji samorządów lokalnych. Studium przypadków*, „Naukowy Przegląd Dziennikarski”, Nr 4/2017.

5. Werenowska A., *Media społecznościowe jako narzędzie komunikowania gminy z grupami otoczenia*, w: *Media o wsi. Media na wsi*, red. E. Jaska, P. Wiench, Wydawnictwo SGGW, Warszawa, 2017.
6. Szulc M., *Manipulowanie informacją w sieci za pomocą fake newsów jako zagrożenie dla młodzieży*, „Psychologia wychowawcza”, nr 17/2020.