

**Sylabus**  
**Media społecznościowe w sektorze publicznym**  
**Ćwiczenia**  
**2024/2025**

Prowadzący: Joanna Radzioch

e-mail: [joanna.radzioch@amu.edu.pl](mailto:joanna.radzioch@amu.edu.pl)

dyżury: zgodnie z Planerem

Zasady zaliczenia przedmiotu:

- Dozwolona 1 nieobecność nieusprawiedliwiona;
- Każda nadprogramowa nieobecność nieusprawiedliwiona musi zostać zaliczona esejem na temat zadany przez prowadzącą zajęcia;
- Zaliczenie projektu końcowego;
- Osoby z IOsem są zobowiązane do kontaktu z prowadzącą (drogą mailową) celem ustalenia zaliczenia.

Tematyka zajęć:

Data	Temat
14.10.2024	Zajęcia organizacyjne
28.10.2024	Sektor publiczny a media społecznościowe. Podstawowe definicje
25.11.2024	Wykorzystanie mediów społecznościowych przez różne podmioty do budowania świadomości wśród obywateli
09.12.2024	Wykorzystanie mediów społecznościowych do budowania marki własnej jednostek sektora publicznego
20.01.2024	Wykorzystanie mediów i kanałów społecznościowych przez polityków
03.02.2024	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.