

**Materiały szkoleniowe**

**Moduł Ekonomia i Finanse**

**Grupa: Asystenci rodziny**

GOSPODARKA: Człowiek w dobie Internetu

Autor: Łukasz Kmieć

# Temat zajęć dydaktycznych: GOSPODARKA: Człowiek w dobie Internetu

**Prowadzący: Łukasz Kmieć**

**Godziny dydaktyczne: 4**

# I. PLAN ZAJĘĆ

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nr** | **Zadanie** | **Czas** |
| 1 | Przedstawienie się trenera, zarys tematyki szkolenia, zasady współpracy. | 10’ |
| 2 | Podstawowe przykłady zastosowania Internetu oraz jego wpływu na życie człowieka. | 20’ |
| 3 | Bezpieczeństwo w sieci. | 30’ |
| 4 | Portale społecznościowe. | 30’ |
| 5 | Dokonywanie zakupów przez Internet. | 20’ |
| 6 | Marketing internetowy. | 30’ |
| 7 | Ochrona prywatności w sieci. | 20’ |
| 8 | Podsumowanie – z czym wychodzicie? | 20’ |
| **Suma: 180’ = 3 godziny = 4 godziny dydaktyczne. Przerwa po 90’** | | |

# II. PO UKOŃCZENIU ZAJĘĆ UCZESTNIK:

* potrafi zidentyfikować zagrożenia jakie występują w Internecie, a także zastosować odpowiednie metody ich minimalizacji,
* zna zasady działania najważniejszych portali społecznościowych,
* potrafi analizować wpływ portali społecznościowych na różne dziedziny życia,
* zna współczesne rodzaje marketingu internetowego,
* potrafi analizować wpływ marketingu internetowego na decyzje konsumenta,
* zna regulacje prawne zapewniające ochronę wizerunku, praw autorskich oraz danych osobowych w sieci.

# III. METODY

* Prezentacje
* Dyskusja
* Analiza przypadku
* Praca w grupach

# IV. PRZEBIEG ZAJĘĆ

**1. Przedstawienie się trenera, zarys tematyki szkolenia, zasady współpracy**

**Metoda** – prezentacja ustna

**Czas** – 10 minut

**Treść:**

Trener wita słuchaczy, przedstawia się i krótko omawia swoje doświadczenie związane z prowadzeniem zajęć oraz działalnością w obszarze Internetu oraz ekonomii.

Zapoznaje słuchaczy z kwestiami organizacyjnymi (struktura zajęć, czas trwania, przerwy itp.), metodami prowadzenia zajęć i ich tematyką.

Przedstawia zarys zajęć omówionych w niniejszym konspekcie (problematyka przedstawiona na slajdzie).

Prosi słuchaczy o pytania, zgłoszenie ewentualnych wątpliwości itp.

**2. Podstawowe przykłady zastosowania Internetu oraz jego wpływu na życie człowieka**

**Metoda** – prezentacja ustna, dyskusja

**Czas** – 20 minut

**Treść:**

Prowadzący pyta, z czym kojarzy się słuchaczom słowo internet. Zapisuje odpowiedzi na tablicy. Następnie inicjuje dyskusję nt. zastosowania internetu w różnych dziedzinach życia, a także jego wpływu.

**3. Bezpieczeństwo w sieci**

**Metoda** – prezentacja, dyskusja, analiza przypadku

**Czas** – 30 minut

**Treść:**

Prowadzący prosi o przypomnienie rodzajów zagrożeń związanych z Internetem. Następnie przedstawiane są metody działania minimalizujące ryzyko pracy w sieci.

Na ostatnim etapie prowadzący poddaje pod analizę problem pracy zdalnej, czyli tzw. Home working. Jakie zagrożenia może nieść ze sobą powszechny Home working?

**4. Portale społecznościowe**

**Metoda** – prezentacja, dyskusja, praca grupach

**Czas** – 30 minut

**Treść:**

Prowadzący prosi słuchaczy o wymienienie najważniejszych portali społecznościowych, a także pyta uczestników czy z nich korzystają. Po zakończeniu dyskusji prowadzący przechodzi do omówienia trzech najpopularniejszych portali społecznościowych, czyli:

* Facebook,
* Instagram,
* Twitter.

W kolejnej części uczestnicy pracują w grupach 4-6 osobowych wykonując zadanie polegające na wypisaniu zalet oraz wad poszczególnych portali społecznościowych, a także ich zastosowania w kontekście relacji gospodarczych.

**5. Dokonywanie zakupów przez Internet**

**Metoda** – prezentacja, dyskusja, analiza przypadku, praca w grupach

**Czas** – 20 minut

**Treść:**

Prowadzący podaje kilka przykładów towarów jakie można kupować przez Internet:

* Artykułu spożywcze,
* Uber,
* Usługi medyczne.

Następnie w formie prezentacji zostają przedstawione wady i zalety zakupów przez Internet oraz zagrożenia jakie się z tym wiążą.

**6. Marketing internetowy**

**Metoda** – prezentacja, dyskusja, ćwiczenia

**Czas** – 30 minut

**Treść:**

Prowadzący przedstawia slajd z definicjami marketingu, a następnie z wyjaśnieniami pojęcia strategii marketingowej. W formie dyskusji prowadzący omawia temat reklamy na portalach internetowych oraz sposoby działalności marketingowej na portalach internetowych.

Studenci mają także wymienić przykłady marketingu w sieci.

**7. Ochrona prywatności w sieci**

**Metoda** – prezentacja, ćwiczenia

**Czas** – 20 minut

**Treść:**

Prowadzący przedstawia regulacje europejskie z zakresu ochrony wizerunku w sieci, praw autorskich oraz danych osobowych. Zostaje wyjaśniony możliwy wpływ tzw. Akta 2, na swobodę korzystania z sieci.

W drugim etapie następuje krótka dyskusja na temat zakresu swobody wypowiedzi i wolności w Internecie. Jak daleko powinny sięgać regulacje?

**8. Podsumowanie – z czym wychodzicie?**

**Metoda** – prezentacja, dyskusja, praca w grupach

**Czas** – 20 minut

**Treść:**

Prowadzący podsumowuje treść zajęć, prezentując skrótowo najważniejsze wnioski płynące z poszczególnych części. Prosi słuchaczy o podzielenie się opinią na temat tego, co było dla nich ważne, co wynieśli z zajęć, czego nowego się dowiedzieli, a także ewentualnymi pytaniami, wątpliwościami, komentarzami itp. dotyczącymi poruszanej problematyki.

# V. LITERATURA

* Depo J., Piwowarski J.: Bezpieczeństwo informacyjne.
* Liderman K.: Bezpieczeństwo teleinformatyczne.
* Kotler P., Keller K. L.: Marketing, Dom Wydawniczy Rebis, Warszawa 2012
* Kępiński Ł., Kordowski M., Sałkowski D., Sztubecki K.: Marketing internetowy. Nowe możliwości, nowi klienci, nowe rynki, Politext, Warszawa 2015.

**Materiały zostały przygotowane w ramach projektu**

**„Usamodzielnieni finansowo – szkolenia dla osób działających na rzecz dzieci w pieczy zastępczej oraz ich rodzin biologicznych” współfinansowanego ze środków**

**Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego**

**Wydawca:**

**Uniwersytet Ekonomiczny w Krakowie**

**Małopolska Szkoła Administracji Publicznej**

**Kraków 2019 r.**