

Tytuł przedmiotu:	<i>Media w upowszechnianiu wiedzy żywieniowej</i>		
Kierunek:	Dietetyka		
Tryb studiów:	stacjonarne		
Stopień studiów:	licencjackie		
Rok studiów:		3	
Semestr:	zimowy		
Wykłady:			
Dzień tygodnia:	środa		
Godziny:	12.00-14.00		
Sala:		A2	
Numer wykładu	Data	Temat wykładu	
1	01.10.2025	Rola mediów w komunikacji społecznej związanej z wiedzą żywieniową. Formy, sposoby i typy komunikacji medialnej.	
2	08.10.2025	Istota, obszary, funkcje społeczne i cele komunikowania.	
3	15.10.2025	Specyfika nadawców, odbiorców i komunikatów medialnych.	
4	22.10.2025	Mody w dietach odchudzających na przestrzeni lat i ich potencjalne konsekwencje zdrowotne.	
5	29.10.2025	Zasady skutecznego komunikowania się w mediach a rzetelność informacji.	
6	05.11.2025	Czy ktoś jeszcze wierzy w dietę cud? – ekstremalne koncepcje dietetyczne promowane w mediach.	
7	12.11.2025	Diety oczyszczające i głodówki oczyszczające – rzeczywisty wpływ na masę ciała i stan zdrowia.	
8	19.11.2025	Diety, diety, diety..... - jak pogodzić doniesienia medialne na ich temat?	
9	26.11.2025	Zakwaszenie organizmu i dieta alkaliczująca – ocena faktycznych potrzeb człowieka zdrowego w kontekście informacji przekazywanych w mediach.	
10	03.12.2025	Czy istnieje dieta przeciwnowotworowa?	
11	10.12.2025	Olej palmowy, sól himalajska, itp. – czy istnieją produkty spożywcze zapewniające zdrowie?	

12	17.12.2025	Spożycie białka w diecie sportowców – fakty i mity związane z koniecznością zwiększenia podaży	
13	07.01.2025	Zalecenia stosowania suplementacji w dietoprofilaktyce – rzeczywista potrzeba, czy moda?	
14	14.01.2025	Zarządzanie informacją w kontekście upowszechniania wiedzy żywieniowej.	
15	21.01.2025	Zespół nieszczelnego jelita – czy rzeczywiście istnieje i jaką dietoterapię stosować.	
Ćwiczenia - grupa 1			
Dzień tygodnia:	wtorek		
Godziny:	10.00-11.00		
Sala:	1070		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	07.10.2025	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	14.10.2025	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	21.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	28.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	04.11.2025	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
6	18.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
7	25.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>

8	02.12.2025	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
9	09.12.2025	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	16.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	13.01.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	20.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	27.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	28.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	29.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
Ćwiczenia - grupa 2			
Dzień tygodnia:	środa		
Godziny:	15.00-16.00		
Sala:	1094		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	01.10.2025	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	

2	08.10.2025	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	15.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	22.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	29.10.2025	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
6	05.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
7	12.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	19.11.2025	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
9	26.11.2025	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	03.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	10.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	17.12.2025	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	07.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	

14	08.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	09.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
Ćwiczenia - grupa 3			
Dzień tygodnia:	wtorek		
Godziny:	11.00-12.00		
Sala:	2072		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	07.10.2025	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	14.10.2025	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	21.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	28.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	04.11.2025	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
6	18.11.2025	Przedstawienie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
7	25.11.2025	Przedstawienie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	02.12.2025	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	

9	09.12.2025	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	16.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	13.01.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	20.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	27.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	28.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	29.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
Ćwiczenia - grupa 4			
Dzień tygodnia:	środa		
Godziny:	16.00-17.00		
Sala:	1094		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	01.10.2025	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	

2	08.10.2025	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	15.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	22.10.2025	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	29.10.2025	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
6	05.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
7	12.11.2025	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	19.11.2025	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
9	26.11.2025	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	03.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	10.12.2025	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	17.12.2025	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	07.01.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	

14	14.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	21.01.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	