

<b>Tytuł przedmiotu:</b>	<b>Media w upowszechnianiu wiedzy żywieniowej</b>	
<b>Kierunek:</b>	Gastronomia i Hotelarstwo	
<b>Tryb studiów:</b>	stacjonarne	
<b>Stopień studiów:</b>	inżynierskie	
<b>Rok studiów:</b>	3	
<b>Semestr:</b>	letni	
<b>Wykłady:</b>		
<b>Dzień tygodnia:</b>	czwartek	
<b>Godziny:</b>	10-12	
<b>Sala:</b>	aula 2	
<b>Numer wykładu</b>	<b>Data</b>	<b>Temat wykładu</b>
1	05.03.2026	Rola mediów w komunikacji społecznej związanej z wiedzą żywieniową
2	12.03.2026	Istota, obszary, funkcje społeczne i cele komunikowania.
3	19.03.2026	Specyfika nadawców, odbiorców i komunikatów medialnych.
4	26.03.2026	Mody w dietach odchudzających na przestrzeni lat i ich potencjalne konsekwencje zdrowotne.
5	02.04.2026	Zasady skutecznego komunikowania się w mediach a rzetelność informacji.
6	09.04.2026	Czy ktoś jeszcze wierzy w dietę cud? – ekstremalne koncepcje dietetyczne promowane w mediach.
7	16.04.2026	Diety oczyszczające i głodówki oczyszczające – rzeczywisty wpływ na masę ciała i stan zdrowia.
8	23.04.2026	Siła medialnych narracji: olej kokosowy, sól himalajska i poszukiwanie cudownych produktów dla zdrowia
9	30.04.2026	Zakwaszenie organizmu i dieta alkalinizująca – ocena faktycznych potrzeb człowieka zdrowego w kontekście informacji przekazywanych w mediach.
10	07.05.2026	Czy istnieje dieta przeciwnowotworowa?

11	14.05.2026	Diety, diety, diety..... - jak pogodzić doniesienia medialne na ich temat?	
12	21.05.2026	Spożycie białka w diecie sportowców – fakty i mity związane z koniecznością zwiększenia podaży	
13	28.05.2026	Rola mediów w kreowaniu postrzegania suplementów diety – potrzeba czy trend?	
14	11.06.2026	Zarządzanie informacją w kontekście upowszechniania wiedzy żywieniowej.	
15	18.06.2026	Zespół nieszczelnego jelita – czy rzeczywiście istnieje i jaką dietoterapię stosować.	
<b>Ćwiczenia - grupa 1</b>			
<b>Dzień tygodnia:</b>	środa		
<b>Godziny:</b>	10-11		
<b>Sala:</b>	1093		
<b>Numer ćwiczeń</b>	<b>Data</b>	<b>Temat ćwiczeń</b>	<b>Dodatkowe uwagi do ćwiczeń</b>
1	04.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	11.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	18.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	25.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	01.04.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	

6	08.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	15.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	22.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	29.04.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	06.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	13.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	20.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	27.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	03.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	10.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
<b>Ćwiczenia - grupa 2</b>			

<b>Dzień tygodnia:</b>	środa		
<b>Godziny:</b>	17-18		
<b>Sala:</b>	99		
<b>Numer ćwiczeń</b>	<b>Data</b>	<b>Temat ćwiczeń</b>	<b>Dodatkowe uwagi do ćwiczeń</b>
1	04.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	11.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	18.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	25.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	01.04.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
6	08.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	15.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	22.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	29.04.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	

10	06.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	13.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	20.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	27.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	03.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	10.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
<b>Ćwiczenia - grupa 3</b>			
<b>Dzień tygodnia:</b>	środa		
<b>Godziny:</b>	15-16		
<b>Sala:</b>	1093		
<b>Numer ćwiczeń</b>	<b>Data</b>	<b>Temat ćwiczeń</b>	<b>Dodatkowe uwagi do ćwiczeń</b>
1	04.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	

2	11.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	18.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	25.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	01.04.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
6	08.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	15.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	22.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	29.04.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	06.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	13.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	

12	20.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	27.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	03.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	10.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	