

Tytuł przedmiotu:	Media w upowszechnianiu wiedzy żywieniowej		
Kierunek:	Żywnienie Człowieka i Ocena Żywności		
Tryb studiów:	stacjonarne		
Stopień studiów:	inżynierskie		
Rok studiów:	3		
Semestr:	letni		
Wykłady:			
Dzień tygodnia:	czwartek		
Godziny:	10-12		
Sala:	aula 2		
Numer wykładu	Data	Temat wykładu	
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.	
Ćwiczenia - grupa 1			
Dzień tygodnia:	wtorek		
Godziny:	10-11		
Sala:	99		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	03.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	10.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	17.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	24.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	31.03.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
6	14.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	21.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	28.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	05.05.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	12.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	

11	19.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	26.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	02.06.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	09.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	16.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
Ćwiczenia - grupa 2			
Dzień tygodnia:	wtorek		
Godziny:	16-17		
Sala:	99		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	03.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	10.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	17.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	24.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	31.03.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	

6	14.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	21.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	28.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	05.05.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	
10	12.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	19.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	26.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	02.06.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	09.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	16.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	
<u>Ćwiczenia - grupa 3</u>			
Dzień tygodnia:	środa		
Godziny:	14-15		
Sala:	1094		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń

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	Przedstawienie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	22.04.2026	Przedstawienie 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)	
Ćwiczenia - grupa 4			
Dzień tygodnia:	czwartek		
Godziny:	14-15		
Sala:	1093		
Numer ćwiczeń	Data	Temat ćwiczeń	Dodatkowe uwagi do ćwiczeń
1	05.03.2026	Formułowanie założeń projektowych oraz zasady i struktura pracy projektowej	
2	12.03.2026	Wybór tematu, podział ról w zespole oraz analiza poziomów rzetelności pozyskiwanych danych (prawdziwe informacje kontra fake newsy)	
3	19.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (pierwsza część grupy)	
4	26.03.2026	Uzasadnienie podjęcia tematu oraz określenie grupy docelowej z uwzględnieniem jej potrzeb i specyfiki – przygotowanie argumentacji i prezentacja (druga część grupy)	
5	02.04.2026	Precyzja wyrażania myśli i skuteczność komunikacji – ćwiczenia praktyczne „ile” i „rysunek” (wersja pisemna i graficzna)	
6	09.04.2026	Zasady i dobre praktyki tworzenia wizualizacji postów w mediach społecznościowych – od koncepcji do spójnego przekazu	
7	16.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (pierwsza część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
8	23.04.2026	Prezentowanie i omówienie założeń wizualizacji projektów studenckich (druga część grupy)	<i>materiał trzeba przygotować przed zajęciami</i>
9	30.04.2026	Projektowanie narzędzia badawczego – zasady konstruowania pytań w ankiecie i uzyskiwania użytecznych informacji, przy uwzględnieniu specyfiki odbiorców	

10	07.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (pierwsza część grupy)	
11	14.05.2026	Prezentacja i interpretacja wyników z badań ankietowych/wywiadów dotyczących potrzeb grupy docelowej (druga część grupy)	
12	21.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (pierwsza część grupy) – prototyp komunikatu	
13	28.05.2026	Opracowanie założeń końcowych do projektu komunikatu – strategia publikacji, kolejność i częstotliwość postów (druga część grupy) – prototyp komunikatu	
14	11.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (pierwsza część grupy)	
15	18.06.2026	Końcowa prezentacja i obrona projektów – omówienie strategii, podsumowanie wyników oraz informacja zwrotna (druga część grupy)	