

Nazwa Wydziału	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa jednostki prowadzącej moduł	Instytut Przedsiębiorczości
Nazwa modułu kształcenia	Rynek nowych mediów
Kod modułu	WZ.KZT.082.S
Język kształcenia	polski
Efekty kształcenia dla modułu kształcenia	<p>Student :</p> <p>Wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posiada wiedzę na temat istoty i dynamiki głównych współczesnych systemów społecznych, środowiskowych, gospodarczych i politycznych oraz ich możliwych zależności - Zna wybrane skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i zarządcze zjawisk kulturowych w skali organizacji i instytucji (w kontekście wiodących ujęć teoretycznych właściwych dla dyscypliny zarządzanie) - Zna częściowo współczesny dorobek psychologii biznesu oraz socjologii organizacji i możliwości jego odniesienia do realnych problemów zarządzania - Zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej - Zna ogólne i wybrane szczegółowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości <p>Umiejętności</p> <ul style="list-style-type: none"> - Posiada umiejętność stosowania w pracy lub nauce zaawansowanej wyspecjalizowanej wiedzy z określonego obszaru nauk o zarządzaniu (w powiązaniu ze specjalnością) - Potrafi stosować w pracy lub nauce zaawansowaną, wyspecjalizowaną wiedzę z określonego obszaru nauk pokrewnych zarządzaniu (w powiązaniu ze specjalnością) - Posiada umiejętności samodzielnego podejmowania działalności gospodarczej lub społecznej w wybranym sektorze -: Posiada umiejętności pogłębionej obserwacji wybranych zjawisk i procesów w organizacji oraz ich analizy i interpretacji przy zastosowaniu niektórych zaawansowanych ujęć teoretycznych i metodycznych - Umie identyfikować i formułować wybrane problemy badawcze pozwalające na analizę niektórych złożonych procesów i zjawisk w skali organizacji,

	<p>gospodarki narodowej, a także w skalach: międzynarodowej i globalnej</p> <ul style="list-style-type: none"> - Umie, w wybranym zakresie, projektować i stosować w zarządzaniu mierniki dokonań przedsiębiorstwa/organizacji - Posiada umiejętności integrowania wiedzy z niektórych dziedzin w celu tworzenia innowacyjnych rozwiązań problemów <p>Kompetencje społeczne</p> <ul style="list-style-type: none"> - Jest przygotowany do prowadzenia debaty, przekonywania i negocjowania w imię osiągnięcia wspólnych celów - Jest świadomy potrzeby przestrzegania i propagowania etycznej postawy i wrażliwości społecznej, również w ramach pełnionych ról organizacyjnych i społecznych
Typ modułu kształcenia (obowiązkowy/fakultatywny)	obowiązkowy
Rok studiów	I studia stacjonarne II stopnia
Semestr	I
Imię i nazwisko osoby/osób prowadzących moduł	mgr Dominik Koza
Imię i nazwisko osoby/osób egzaminującej/egzaminujących bądź udzielającej zaliczenia, w przypadku gdy nie jest to osoba prowadząca dany moduł	
Sposób realizacji	Zajęcia wymagające bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów.
Wymagania wstępne i dodatkowe	Brak
Rodzaj i liczba godzin zajęć dydaktycznych wymagających bezpośredniego udziału nauczyciela akademickiego i studentów, gdy w danym module przewidziane są takie zajęcia	Konwersatorium: 20 godzin 2 godziny zajęć w terenie
Liczba punktów ECTS przypisana modułowi	2 ECTS
Bilans punktów ECTS	<p>Uczestnictwo w zajęciach: 20 godzin Realizacja projektu grupowego: 15 godzin Przygotowanie na zajęcia: 10 godzin Udział w konsultacjach niezbędnych do realizacji projektu: 5 godzin</p> <p>Łączny nakład pracy studenta wynosi 50 godzin, co odpowiada 2 punktom ECTS</p>
Stosowane metody dydaktyczne	<ul style="list-style-type: none"> • pogadanka • wykład problemowy

	<ul style="list-style-type: none"> • metoda sytuacyjna • dyskusja związana z wykładem • burza mózgów • wykład tradycyjny i aktywizujący • <i>case studies</i> • pokaz • film dydaktyczny • pokaz z objaśnieniem • pokaz z instruktażem • metoda projektów • analiza tekstu z dyskusją
<p>Metody sprawdzania i kryteria oceny efektów kształcenia uzyskanych przez studentów</p>	<p>Studenci są oceniani na podstawie realizacji projektów zespołowych oraz jakości realizacji zadań cząstkowych wykonywanych w trakcie trwania zajęć. Dodatkowe kryteria oceny stanowią: terminowość wykonania projektu oraz dostosowanie się do wymagań dotyczących sposobu jego wykonania, określonych przez prowadzącego zajęcia.</p> <p>Sprawdzanie stopnia osiągnięcia założonych efektów kształcenia będzie realizowane w ramach ocen kształtujących:</p> <ul style="list-style-type: none"> • dyskusja, case studies, burza mózgów - w trakcie zajęć pozwalają między innymi na zdiagnozowanie stopnia zrozumienia i przyswojenia przekazywanych treści oraz na bieżącą kontrolę poprawności terminologicznej wypowiedzi studentów, • metoda projektowa wraz z towarzyszącymi jej konsultacjami do projektu zespołowego pozwalają na ocenę projektu realizowanego w grupie, rozeznanie poziomu umiejętności pracy w grupie, odpowiedzialności za przyjęte zobowiązania, dotrzymywanie terminów, analizę poprawy warsztatu metodologicznego
<p>Forma i warunki zaliczenia modułu, w tym zasady dopuszczenia do egzaminu, zaliczenia, a także forma i warunki zaliczenia poszczególnych zajęć wchodzących w zakres danego modułu</p>	<p>Realizacja zadań domowych i aktywność na zajęciach 50 pkt. Zespołowe prace studentów 50 pkt. Razem 100 pkt. Skala ocen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> Bardzo dobry /5,0/ 95-100 <input type="checkbox"/> Dobry plus /4,5/ 85-94 <input type="checkbox"/> Dobry /4,0/ 75-84 <input type="checkbox"/> Dostateczny plus /3,5/ 65-74 <input type="checkbox"/> Dostateczny /3,0/ 55-64 <input type="checkbox"/> Niedostateczny /2,0/ 0-54
<p>Treści modułu kształcenia</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Wprowadzenie do problematyki nowych mediów i nowych technologii • Rynek informacji

	<ul style="list-style-type: none"> • Społeczne i kulturowe konteksty nowych mediów • Ekonomika nowych mediów • Firmy nowych mediów • Rynek reklam nowych mediów • Nowe media - media masowe czy niszowe • Ekonomia uwagi
<p>Wykaz literatury podstawowej i uzupełniającej, obowiązującej do zaliczenia danego modułu</p>	<p>Literatura podstawowa: Jung B., Kowalski T., Media na rynku, Wyd. Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006. Lister M. (i.inn), Nowe media. Wprowadzenie, Wyd. UJ, Kraków 2009.</p> <p>Literatura uzupełniająca: Dijk van J., Społeczne aspekty nowych mediów. Analiza społeczeństwa sieci, Wyd. PWN, Warszawa 2010, s. 16. Gogołek W., <i>Komunikacja sieciowa. Uwarunkowania, kategorie i paradoksy</i>, Warszawa 2010. Jakubowicz K., <i>Nowa ekologia mediów, Konwergencja a metamorfoza</i>, Poltex, Warszawa 2011. Levinson P., <i>Nowe nowe media</i>, Wyd. WAM, Kraków 2010.</p>
<p>Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk, w przypadku, gdy program kształcenia przewiduje praktyki</p>	