

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS2.DFDM	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	<i>Finansowanie działalności medialnej</i> <i>Financing of media activities</i>
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Dr hab. Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, prof. UJK
1.6. Kontakt	jdm@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Wykład/ ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	zajęcia tradycyjne w pomieszczeniu dydaktycznym UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	wykład – wykład informacyjny z elementami wykładu problemowego; ćwiczenia – metoda projektowa	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ol style="list-style-type: none"> K. Jakubowicz, Nowa ekologia mediów. Konwergencja a metamorfoza, Warszawa 2011 C. Anderson, Za darmo. Przyszłość najbardziej radykalnej z cen, Kraków 2011
	uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> C. Anderson, Długi ogon: ekonomia przyszłości, Poznań 2008 D. Tapscott, A.D. Williams, Wikinomia, Warszawa 2008

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1 – Przekazanie studentom wiedzy na temat sposobów finansowania tradycyjnych mediów publicznych i komercyjnych
C2 – Przekazanie studentom wiedzy z zakresu nowych modeli biznesowych w mediach cyfrowych
C3 – Przygotowanie do praktycznego podejmowania decyzji finansowych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Wykład
<ol style="list-style-type: none"> Finansowanie mediów publicznych Finansowanie mediów komercyjnych Modele biznesowe w mediach cyfrowych
Ćwiczenia
<ol style="list-style-type: none"> Reklamowy model finansowania mediów Odbiorcy jako źródło finansowania mediów Finansowanie społecznościowe

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma szczegółową wiedzę o sposobach finansowania instytucji medialnych, zorientowaną na zarządzanie tymi instytucjami	DKS2P_W09

w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Potrafi podejmować autonomiczne działania zmierzające do rozwijania działalności medialnej	DKS2P_U05
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Ma świadomość odpowiedzialności za skutki swoich działań podejmowanych w sferze finansowania mediów	DKS2P_K01

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																					
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01				+				+									+				
U01								+									+				
K01								+									+				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W)	3	Kolokwium zdane w przedziale: 51-60%.
	3,5	Kolokwium zdane w przedziale: 61-70%.
	4	Kolokwium zdane w przedziale: 71-80%.
	4,5	Kolokwium zdane w przedziale: 81-90%.
	5	Kolokwium zdane w przedziale: 91-100%.
ćwiczenia (C)*	3	Projekt i praca własna w przedziale: 51-60%.
	3,5	Projekt i praca własna w przedziale: 61-70%.
	4	Projekt i praca własna w przedziale: 71-80%.
	4,5	Projekt i praca własna w przedziale: 81-90%.
	5	Projekt i praca własna w przedziale: 91-100%.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30	
Udział w wykładach*	10	
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	20	
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45	
Przygotowanie do wykładu*	5	
Przygotowanie do egzaminu/kolokwium*	5	
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	30	
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	5	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75	
PUNKTY ECTS za przedmiot	3	

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS2.DPPDFM	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Prawne podstawy działania firmy medialnej Legal basis of the media company
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	studia stacjonarne
1.3. Poziom studiów	studia drugiego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Iwona Stalica
1.6. Kontakt	iwona.stalica@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	wykłady ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Wykład – wykład problemowy, wykład informacyjny, wykład konwersatoryjny metody podające i problemowe, dyskusja oparta na analizie przypadku	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<ul style="list-style-type: none"> • Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny • Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców • Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe • Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji
	uzupełniająca	<ul style="list-style-type: none"> • Ustawa z dnia 7 kwietnia 1989 r. – Prawo o stowarzyszeniach • Ustawa z dnia 20 sierpnia 1997 r. – o Krajowym Rejestrze Sądowym • Ustawa z dnia 6 marca 2018 r. o Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej i Punkcie Informacji dla Przedsiębiorcy • S. Piątek, W. Dziomdziora, K. Wojciechowski (red.), Komentarz do ustawy o radiofonii i telewizji, Warszawa 2014

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

<p>4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>C1- Zapoznanie studentów ze specyfiką i prawnymi zasadami działania firmy medialnej. C2- Zapoznanie studentów ze specyfiką i zasadami zakładania i prowadzenia działalności gospodarczej. C3- Wyrobienie umiejętności pozyskiwania informacji związanych z zakładaniem i prowadzeniem firmy medialnej, w tym z formami i uwarunkowaniami prawnymi funkcjonowania takiej firmy.</p>
<p>4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)</p> <p>Wykład</p> <p>1. Wiadomości wstępne, omówienie podstawowych instytucji prawnych. 2. Przedstawienie systemu prawnego w zakresie działalności gospodarczej związanej z mediami. 3. Podstawowe problemy związane z zakładaniem działalności gospodarczej. Ewidencja działalności gospodarczej, Krajowy Rejestr Sądowy. 4. Wybór formy działalności gospodarczej w obszarze mediów. 5. Działalność medialna w Internecie. 6. Podstawowe zagadnienia związane z prawem pracy, ubezpieczeń społecznych i podatkowym.</p>

7. Omówienie podstawowych umów wykorzystywanych podczas prowadzenia firmy medialnej.
8. Omówienie podstawowych zagadnień związanych z ustawą o radiofonii i telewizji – w kontekście działalności gospodarczej przedsiębiorstwa medialnego.
9. Omówienie podstawowych zagadnień związanych z ustawą Prawo prasowe - w kontekście działalności gospodarczej przedsiębiorstwa medialnego.

Ćwiczenia

1. Omówienie przykładowych problemów związanych z prowadzeniem firmy medialnej. Metody pozyskiwania miarodajnych informacji w temacie, szczególnie w internecie.
2. Sporządzanie i omawianie standardowych dokumentów wykorzystywanych w działalności gospodarczej przedsiębiorstwa medialnego.
3. Pozyskiwanie i analiza formularzy wykorzystywanych w związku z prowadzoną działalnością medialną.
4. Analiza orzecznictwa w standardowych sprawach związanych z działalnością medialną (case studies).

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	zna kluczowe pojęcia i zasady dotyczące prowadzenia firmy medialnej	DKS2P_W06
W02	ma wiedzę na temat krajowego systemu prawnego i zagadnień etycznych regulujących funkcjonowanie firmy medialnej	DKS2P_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	posługuje się przepisami prawa w celu rozwiązania konkretnych problemów związanych z prowadzeniem firmy medialnej	DKS2P_U12
U02	samodzielnie proponuje rozwiązania konkretnych problemów, potrafi także w sposób świadomy i ukierunkowany podnosić swoje kwalifikacje poprzez odnalezienie miarodajnych informacji w temacie, szczególnie w źródłach internetowych	DKS2P_U13
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga problemy praktyczne związane z prowadzeniem firmy medialnej i przygotowuje się do ich rozwiązywania	DKS2P_K04

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)* Obecność		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01							+				+									+	
W02							+				+									+	
U01							+				+									+	
U02							+				+									+	
K01							+				+									+	

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
wykład (W)	3	Projekt zaliczony na 51-60 %.
	3,5	Projekt zaliczony na 61-70 %.
	4	Projekt zaliczony na 71-80%.

	4,5	Projekt zaliczony na 81-90%.
	5	Projekt zaliczony na 91-100 %.
ćwiczenia (C)*	3	Obecności na zajęciach w zakresie 51-60 %, udział w dyskusji (2x).
	3,5	Obecności na zajęciach w zakresie 61-70%, udział w dyskusji (2x).
	4	Obecności na zajęciach w zakresie 71-80%, czynny udział w dyskusji (4x).
	4,5	Obecności na zajęciach w zakresie 81-90%, czynny udział w dyskusji (4x)
	5	Obecności na zajęciach w zakresie 91-100%, czynny udział w dyskusji (5x)

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia Stacjonarne	Studia niestacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30	
<i>Udział w wykładach*</i>	10	
<i>Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*</i>	20	
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	45	
<i>Przygotowanie do wykładu*</i>	5	
<i>Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*</i>	20	
<i>Przygotowanie do egzaminu/kolokwium*</i>	0	
<i>Zebranie materiałów i opracowanie projektu*</i>	20	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75	
PUNKTY ECTS za przedmiot	3	

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS2.DRR	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Rynek reklamy Advertising market
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba/zespół przygotowująca/y kartę przedmiotu	dr Judyta Ewa Perczak
1.6. Kontakt	jperczak@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacje multimedialne, praca w grupach, materiały multimedialne	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	Jakóbczak A., <i>Transformersi: superbohaterowie polskiej reklamy</i> 80.-90, Kraków 2018; Makarenko V. <i>Domy mediowe w Polsce: segment rynku o rosnącym znaczeniu</i> , „Studia Medioznawcze” 2001, nr 3, s. 122-130; Wasilewski P., <i>Pionierzy i tytani polskiej reklamy</i> , Kraków, 1999;
	uzupełniająca	Hughes Mark, <i>Marketing szeptany: z ust do ust, jak robić szum medialny wokół siebie, firmy, produktu</i> , Warszawa 2008; Szwajlik A., <i>Wpływ międzynarodowych przedsiębiorstw reklamowych na rozwój usług reklamowych w Polsce</i> , „Współczesne Problemy Ekonomiczne: globalizacja, liberalizacja, etyka” 2010, nr 2, s. 113-122; www.interaktywnie.com , www.piap-org.pl ; www.zfpr.pl ; www.pbc.pl ; www.pbi.org.pl ; www.radareklamy.pl ; www.sar.org.pl ; www.radiotrack.pl ;

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY KSZTAŁCENIA

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
<i>C1 – Przekazanie wiadomości na temat rynku reklamy od czasów transformacji ustrojowej do współczesności oraz prawa reklamy obowiązującego w Polsce i stosowania go w praktyce.</i>
<i>C2 – Kształtowanie umiejętności planowania i kreowania kampanii reklamowych z wykorzystaniem specjalistycznych firm: agencji i domów mediowych.</i>
<i>C3 – Kształtowanie umiejętności doboru odpowiednich narzędzi reklamowych i języka przy tworzeniu komunikatów reklamowych.</i>
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Transformacja ustrojowa a zmiany na polskim rynku reklamowym, kształtowanie się nowoczesnych agencji reklamowych i rynku reklamy. Prawo reklamowe obowiązujące w Polsce. Agencje, domy mediowe i inne firmy reklamowe – podobieństwa, różnice, zasady pracy. Tradycyjne i nowoczesne media reklamowe. Obliczanie współczynników medialnych. Targetowanie odbiorców. Tworzenie kampanii społecznej.

4.3. Przedmiotowe efekty kształcenia

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma pogłębioną wiedzę na temat rynku reklamy, różnych typów reklam, mediów reklamowych.	DKS2P_W09
W02	Ma szczegółową wiedzę na temat terminologii reklamowej, zasad planowania kampanii reklamowych oraz prawa obowiązującego w polskiej reklamie, w tym prawa autorskiego.	DKS2P_W02
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Bezbłędnie analizuje konkretne kampanie reklamowe pod kątem ich zgodności z obowiązującymi przepisami.	DKS2P_U08
U02	Potrafi stworzyć plan kampanii reklamowej wraz ze wszystkimi jej składnikami.	DKS2P_U07
U03	Jest świadomy konieczności współdziałania i potrafi pracować w grupie, wykazując się inicjatywą i przedsiębiorczością	DKS2P_U14
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Dostrzega specyfikę marketingu i reklamy jako działania komunikacyjnego i promocyjnego i świadomie nabywa umiejętności rozwiązywania problemów w tej dziedzinie.	DKS2P_K01

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów kształcenia

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																							
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)* frekwencja					
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01								+			+			+			+			+			+	
W02								+			+			+			+			+			+	
U01								+			+			+			+			+			+	
U02								+			+			+			+			+			+	
U03								+			+			+			+			+			+	
K01								+			+			+			+			+			+	

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów kształcenia

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja, aktywność na zajęciach. Opracowany w grupie plan kampanii społecznej oceniony na 51-60%.
	3,5	Frekwencja, aktywność na zajęciach. Opracowany w grupie plan kampanii społecznej oceniony na 61-70%.
	4	Frekwencja, aktywność na zajęciach. Opracowany w grupie plan kampanii reklamowej oceniony na 71-80%.
	4,5	Frekwencja, aktywność na zajęciach. Opracowany w grupie plan kampanii reklamowej oceniony na 81-90%.
	5	Frekwencja, aktywność na zajęciach. Opracowany w grupie plan kampanii reklamowej oceniony na 91-100%.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30	
<i>Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*</i>	30	
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	45	
<i>Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*</i>	10	
<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*</i>	25	
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej*</i>	10	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75	
PUNKTY ECTS za przedmiot	3	

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS2.DWM	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Warsztat menadżera Manager'sworkshop
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Mgr Ewa Zajączkowska
1.6. Kontakt	zajaczkowska.e@gmail.com

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Ćwiczenia w grupie, dyskusje, prezentacje multimedialne	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	<i>Profesjonalne zarządzanie: kluczowe kompetencje kierownicze</i> , Warszawa 2007; Newton R., <i>Poradnik menedżera projektu: praktyczne narzędzia, techniki i listy kontrolne</i> , Warszawa 2010; Jupowicz-Ginalska A., <i>Marketing medialny</i> , Warszawa 2010
	uzupełniająca	<i>E-commerce manager : profesjonalista w e-handlu. T. 1, Prawo, logistyka & technologia</i> , Poznań 2014; Gorchels L., <i>Zarządzanie produktem: od badań i rozwoju do budżetowania reklamy</i> , Gliwice 2007; Rückle H., <i>Mowa ciała dla menedżerów</i> , Wrocław 2001; Vieira W.E., <i>Menedżer sprzedaży na miarę XXI wieku</i> , Warszawa 2010; Peeling N., <i>Błyskotliwy menedżer: co dobry menedżer wie, robi i mówi</i> , Warszawa 2010.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1. Zapoznanie studentów ze specyfiką i zasadami zarządzania projektem.
C2. Zapoznanie studentów ze specyfiką i zasadami zarządzania w mediach.
C3. WYROBIENIE UMIEJĘTNOŚCI tworzenia własnego warsztatu pracy w zarządzaniu.
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)
Ćwiczenia
1. Zarządzanie – definicje i istota.
2. Rola menedżera w zarządzaniu projektem/medium.
3. Style kierownictwa i ich dobór w zależności od sytuacji.
4. Organizacja warsztatu i dobór narzędzi w zależności od projektu/typu medium.
5. Rola komunikowania w pracy menedżera.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna podstawowe pojęcia z dziedziny zarządzania i poprawnie je stosuje	DKS2P_W02
W02	Zna zadania managera projektu/medium i zasady organizacji pracy na tym stanowisku.	DKS2P_W12
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		

U01	Poprawnie wykorzystuje zasady komunikacji w zarządzaniu.	DKS2P_U07 DKS2P_U08
U02	Poprawnie dobiera narzędzia w zależności od zadania.	DKS2P_U01
U03	Tworzy i zarządza własnym projektem.	DKS2P_U13
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Kompetentnie kieruje zespołem w trakcie wykonywania zadania.	DKS2P_K03

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																					
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)* obecność		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01																					
W02																					
U01																					
U02																					
U03																					
K01																					

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Obecność na zajęciach (80%); aktywność, praca w grupie, projekt zaliczony na 51-60%
	3,5	Obecność na zajęciach (80%); aktywność, praca w grupie, projekt zaliczony na 61-70%
	4	Obecność na zajęciach (80%); aktywność, praca w grupie, projekt zaliczony na 71-80%
	4,5	Obecność na zajęciach (80%); aktywność, praca w grupie, projekt zaliczony na 81-90%
	5	Obecność na zajęciach (80%); aktywność, praca w grupie, projekt zaliczony na 91-100%

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	60	
<i>Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*</i>	60	
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	40	
<i>Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*</i>	15	
<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*</i>	20	
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej*</i>	5	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	100	
PUNKTY ECTS za przedmiot	4	

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS2.DZFM	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Zarządzanie firmą medialną Media management
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	Dr hab. Jolanta Dzierżyńska-Mielczarek, prof. UJK
1.6. Kontakt	jdm@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	zajęcia tradycyjne w pomieszczeniu dydaktycznym UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	metoda projektowa	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	1. B. Nierenberg, Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe, Kraków 2011 2. L. Kung, Strategie zarządzania na rynku mediów. Wolters Kluwer Polska 2010.
	uzupełniająca	1. T. Kowalski, Między twórczością a biznesem. Wprowadzanie do zarządzania w mediach i rozrywce, Wyd. Akademickie i Profesjonalne 2008. 2. Griffin R., Podstawy zarządzania organizacjami, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2004

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) C1 – Poznanie celów, organizacji i funkcjonowania instytucji medialnych, C2 – Przygotowanie do zarządzania informacją, zarządzania mediami C3 – Przygotowanie do praktycznego wykorzystania umiejętności zarządczych
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Ćwiczenia 1. Specyfika przedsiębiorstw medialnych, dualna natura rynków medialnych. 2. Publiczne i komercyjne przedsiębiorstwo medialne. 3. Strategie organizacji medialnych. 4. Studium przypadku: Agora, TVN. 5. Aspekty zarządzania w mediach (planowanie, tryb podejmowania decyzji, polityka personalna itd.). 6. Instrumenty zarządzania współczesnym przedsiębiorstwem medialnym. 7. Trendy rozwojowe organizacji medialnych. Wyznaczniki medialnej przyszłości.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		

W01	Ma szczegółową wiedzę o celach, organizacji i funkcjonowaniu instytucji medialnych zorientowaną na zarządzanie tymi instytucjami	DKS2P_W11
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Potrafi podejmować decyzje związane z zawartością, dystrybucją i konsumpcją mediów	DKS2P_U14
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Jest zdolny do przyjęcia kierowniczej funkcji w przedsiębiorstwie medialnym	DKS2P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																					
Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć					
	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01																					
U01																					
K01																					

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Praca własna i projekt przygotowane w przedziale: 51-60%.
	3,5	Praca własna i projekt przygotowane w przedziale: 61-70%.
	4	Praca własna i projekt przygotowane w przedziale: 71-80%.
	4,5	Praca własna i projekt przygotowane w przedziale: 81-90%.
	5	Praca własna i projekt przygotowane w przedziale: 91-100%.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30	
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30	
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45	
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	40	
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	5	
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75	
PUNKTY ECTS za przedmiot	3	

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....