



Program studiów

Wydział:	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Kierunek:	zarządzanie mediami i reklamą
Poziom kształcenia:	drugiego stopnia
Forma kształcenia:	studia stacjonarne
Rok akademicki:	2023/24

Spis treści

Charakterystyka kierunku	3
Nauka, badania, infrastruktura	6
Program	7
Efekty uczenia się	9
Plany studiów	12
Sylabusy	17

Charakterystyka kierunku

Informacje podstawowe

Nazwa wydziału:	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Nazwa kierunku:	zarządzanie mediami i reklamą
Poziom:	drugiego stopnia
Profil:	ogólnoakademicki
Forma:	studia stacjonarne
Język studiów:	polski

Przyporządkowanie kierunku do dziedzin oraz dyscyplin, do których odnoszą się efekty uczenia się

Nauki o zarządzaniu i jakości	57%
Nauki o komunikacji społecznej i mediach	17%
Nauki prawne	10%
Filozofia	7%
Ekonomia i finanse	5%
Nauki o sztuce	4%

Charakterystyka kierunku, koncepcja i cele kształcenia

Charakterystyka kierunku

Kierunek „Zarządzanie mediami i reklamą” jest interdyscyplinarnym i unikatowym kierunkiem, łączącym nauczanie w ramach nauk o zarządzaniu i jakości z naukami o komunikacji społecznej i mediach, a także prawem, ekonomią i finansami. Integralny element studiów stanowią również przedmioty z zakresu filozofii oraz nauk o sztuce. Kierunek ten stanowi odpowiedź na zmieniające się warunki społeczne, w tym zwłaszcza szeroko rozumianą mediatyzację, rozwój struktur społeczeństwa informacyjnego, zwiększającą się rolę instytucji medialnych w życiu społecznym i gospodarczym oraz wzrost znaczenia technologii informacyjno-komunikacyjnych w przestrzeni społeczno-gospodarczej. Ukończenie studiów na kierunku zarządzanie mediami i reklamą stwarza możliwości podjęcia pracy administracyjnej lub kierowniczej w funkcjonujących na skalę regionalną i międzynarodową instytucjach medialnych (m.in. agencjach reklamy, sektorze przemysłów kreatywnych, stacjach radiowych i telewizyjnych) oraz dostarcza umiejętności niezbędnych do realizacji zakrojonych na szeroką skalę projektów.

Koncepcja kształcenia

Proponowane w ramach studiów moduły kształcenia są zgodne z efektami uczenia się pod względem wiedzy, umiejętności i kompetencji. Podstawowe moduły obejmują zarządzanie strategiczne, zarządzanie różnorodnością w organizacji, ekonomię, HR w organizacjach, a także najważniejsze współcześnie zjawiska w przestrzeni medialnej. Studia zapewniają również wiedzę dotyczącą prawa autorskiego oraz źródeł współczesności, marketing, a także specjalistyczną wiedzę dotyczącą nowych mediów i zarządzania informacją w Internecie, co jest współcześnie szczególnie istotne. Interdyscyplinarny charakter studiów

rozwija otwartość na różne idee, uczy poszukiwania i uwzględniania różnych rodzajów argumentacji.

Absolwent nabywa wiedzy nie tylko teoretycznej, ale także praktycznej, dzięki zajęciom realizowanym przez praktyków oraz samodzielnie przygotowywanym projektom. Absolwent potrafi również dokonać krytycznej oceny pracy organizacji medialnych, właściwie zdiagnozować i rozwiązać problemy w procesie zarządzania oraz dokonać krytycznej oceny problemów obecnych w przestrzeni medialnej. Studenci mają także możliwość studiowania za granicą w ramach licznych programów współpracy międzynarodowej (m.in. Erasmus+) korzystając z szerokiej sieci współpracy akademickiej Instytutu Kultury.

Studenci kończący studia na kierunku „Zarządzanie mediami i reklamą” mają stać się kreatorami, opiekunami, badaczami i osobami odpowiedzialnie zarządzającymi organizacjami sektora mediów i reklamy. W tym wymiarze związek programu kształcenia jest nierozdzielny z Misją UJ, w której czytamy m.in., że Uniwersytet: „kontynuuje swe wielowiekowe dziedzictwo w służbie nauki i nauczania przez prowadzenie badań naukowych, poszukiwanie prawdy i jej głoszenie w poczuciu odpowiedzialności moralnej wobec Narodu i Rzeczypospolitej Polskiej”.

Cele kształcenia

Pogłębienie przez studenta wiedzy z zakresu zarządzania oraz dyscyplin komplementarnych

Pogłębienie przez studenta wiedzy z zakresu nauk o mediach, ze szczególnym uwzględnieniem funkcjonowania organizacji medialnych

Wypracowanie kompetencji społecznych, w szczególności potrzeby nieustannego doskonalenia wiedzy i umiejętności

Nabycie kompetencji niezbędnych do inicjowania, planowania, realizacji i ewaluacji przedsięwzięć medialnych i reklamowych

Nabycie kompetencji niezbędnych do krytycznej analizy przekazów medialnych i reklamowych

Nabycie umiejętności niezbędnych do współdziałania w grupie i twórczej animacji zespołów

Przygotowanie studentów do uczestniczenia w różnych formach partycypacji społecznej, prowadzenia debaty oraz prezentowania własnego punktu widzenia

Przygotowanie studentów do funkcjonowania w społeczeństwie informacyjnym

Wykształcenie u studentów e-kompetencji i e-umiejętności niezbędnych do efektywnego zarządzania informacją w zakresie jej pozyskiwania i udostępniania

Potrzeby społeczno-gospodarcze

Wskazanie potrzeb społeczno-gospodarczych utworzenia kierunku

Kierunek Zarządzanie mediami i reklamą stawia sobie za cel przygotować absolwenta do wymagań współcześnie stawianych na rynku pracy, który cechuje się szybkim tempem przemian oraz wzrostem znaczenia nowych technologii. Program studiów zapewnia pozyskanie specjalistycznej wiedzy i osiągnięcie szeregu praktycznych umiejętności, przez co dostosowany jest do wymagań gospodarki opartej na wiedzy.

Organizacje sektora mediów i reklamy w ostatnich latach rozwijają się bardzo intensywnie. Zgodnie z obowiązującymi typologiami można zaliczyć do sektora tzw. przemysłów kreatywnych. Znaczenie tego sektora, który wspólnie z przemysłami czasu wolnego stanowią jedną z kluczowych RSI w gospodarce Małopolski, a także Polski wzrasta w ostatnich latach. Mimo, iż brak jest aktualnych opracowań dotyczących analizy ilościowej przemysłów kreatywnych w Małopolsce oraz w Polsce warto zwrócić uwagę, iż wg raportu Potencjał małopolskich przemysłów kreatywnych opracowanych przez Departament Polityki Regionalnej UM Województwa Małopolskiego. z 2012 r. już 6,5% podmiotów zarejestrowanych w REGON należało do sektora kreatywnego, a wśród nowo zarejestrowanych podmiotów udział sektora kreatywnego był jeszcze większy i wyniósł blisko 9%. Dla wzmocnienia przem. kreatywnych w Małopolsce. konieczne jest więc wzmocnienie potencjału kadrowego, kształconego na jego potrzeby. Pracodawcy ci wg raportu, wymagają do swoich pracowników kompetencji wynikających z osiągniętych efektów uczenia się podczas edukacji na poziomie wyższym, m.in.:

- wiedzy w zakresie struktury rynku mediów i reklamy, funkcjonowania organizacji medialnych oraz agencji kreatywnych, prawa autorskiego

- umiej. w zakresie zarządzania projektami, projektowania i realizacji wydarzeń medialnych i kampanii reklamowych

- kompetencji w zakresie krytycznej oceny organizacji

- aktualnej wiedzy na temat świata kultury oraz umiejętności jej krytycznej analizy (na podstawie wywiadów

przeprowadzonych z pracodawcami przez pracowników IK w okr.03-05.2016, raportu Diagnoza sektora branż kreatywnych...), a także umiejętności ich wykorzystania do zarządzania organizacjami sektorów mediów i reklamy.

Tym samym niezbędne jest zapewnienie możliwości kształcenia kadr sektorów mediów i reklamy na poziomie wyższym, które przygotowują je do pracy we współczesnych organizacjach. Kierunek studiów II stopnia „zarządzania mediami i reklamą” w pełni zaspokaja potrzeby otoczenia społeczno-gospodarczego w tym zakresie.

Wskazanie zgodności efektów uczenia się z potrzebami społeczno-gospodarczymi

Rozwój struktur społeczeństwa informacyjnego wymusza konieczność ciągłego doskonalenia swoich umiejętności i poszerzania wiedzy. Szczególnie istotne współcześnie są tzw. kompetencje miękkie, a także umiejętność bezpiecznego i efektywnego wykorzystywania technologii informacyjno-komunikacyjnych. Konieczne jest więc wzmocnienie potencjału kadrowego, kształconego na potrzeby współczesnego rynku pracy. Efekty uczenia się osiągnęte przez absolwentów studiów II stopnia „zarządzania mediami i reklamą” są w pełni zgodne z potrzebami otoczenia społeczno-gospodarczego, gdyż studia przygotowują studentów m.in. do:

- wiedzy w zakresie struktury rynku mediów, funkcjonowania organizacji medialnych, prawa autorskiego;
- inicjowania, planowania, realizacji i ewaluacji przedsięwzięć medialnych i kampanii reklamowych;
- zarządzania informacją;
- krytycznej analizy różnego rodzaju przekazy kultury współczesnej;
- umiejętności inicjowania oraz uczestniczenia w różnych formach partycypacji społecznej.

Jednocześnie dostarczają mu pogłębionej wiedzy z zakresu funkcjonowania współczesnych organizacji z jednoczesnym przygotowaniem praktycznym do rozwiązywania jej problemów, m.in. poprzez udział studentów w różnych projektach naukowych, dydaktycznych i kulturalnych w trakcie studiów.

Nauka, badania, infrastruktura

Główne kierunki badań naukowych w jednostce

W Instytucie Kultury prowadzone są badania naukowe ściśle odpowiadające problematyce i obszarowi wiedzy związanymi z obszarem kształcenia właściwym dla kierunku zarządzanie mediami i reklamą. Katedra Zarządzania, Ekonomiki Mediów i Reklamy jest jedną z nielicznych w Polsce jednostek, w których tego typu analizy prowadzone są już od kilku lat. W Instytucie Kultury prowadzone są badania w zakresie: funkcjonowania organizacji medialnych (zwłaszcza w ujęciu systemowym), przywództwa w mediach, zarządzania w środowisku internetu, zarządzania informacją w mediach społecznościowych, e-administracji, zarządzania prywatnością w internecie.

Ponadto pracownicy naukowo-dydaktyczni Instytutu Kultury podejmują w swojej działalności naukowej, takie tematy jak: zarządzanie instytucjami kultury - badania zasobów i potencjału oraz rola edukacji krytycznej w zarządzaniu zmianą w uniwersytecie. Istotnym elementem specjalizacji Instytutu są również badania filozoficzne nad kulturą, kulturą cyfrową, przyszłością zarządzania, a także zarządzania różnorodnością w organizacjach.

Związek badań naukowych z dydaktyką

Rozwój badań naukowych w wymienionych specjalizacjach zapewnia wysokie kompetencje kadry dydaktycznej w realizacji celów kształcenia. Zaletą projektów badawczych prowadzonych w Instytucie Kultury w kontekście realizowanego procesu dydaktycznego jest fakt, że są one bezpośrednio powiązane z licznymi modułami kształcenia realizowanymi w ramach kierunku „Zarządzanie mediami i reklamą” w istotny sposób zwiększając bazę materiałów źródłowych niezbędnych dla realizacji zajęć. Wyniki najnowszych badań prowadzonych w Instytucie Kultury są m.in. podstawą dla corocznie aktualizowanego katalogu zajęć fakultatywnych, które są realizowane w ramach planu studiów. Warto podkreślić, że pracownicy Instytutu Kultury stale podnoszą swoje kompetencje dydaktyczne biorąc udział w licznych projektach, tak aby wiedzę przekazywać w jak najatrakcyjniejszy i przystępny sposób.

Opis infrastruktury niezbędnej do prowadzenia kształcenia

zajęcia realizowane są w nowoczesnych salach dydaktycznych (wykładowych i ćwiczeniowych) Wydziału Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ. Wszystkie sale, w których realizowane są zajęcia są wyposażone w sprzęt audiowizualny, część z nich ma bezprzewodowy dostęp do Internetu. Na potrzeby realizacji zajęć wykorzystywana jest również nowoczesna pracownia informatyczna. Część zajęć realizowana jest również w wybranych organizacjach mediów i reklamy. W ramach zajęć studenci mogą korzystać z dostępnych na wydziale pracowni, m.in. specjalistycznej pracowni, która wyposażona jest w sprzęt umożliwiający badania w zakresie neuromarketingu oraz studia filmowego. Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej UJ dysponuje również bogatym zbiorem bibliotecznym w zakresie literatury z zakresu zarządzania kulturą i mediami oraz za pośrednictwem Biblioteki Jagiellońskiej umożliwia studentom oraz pracownikom bezpłatny dostęp do kilkudziesięciu międzynarodowych baz danych publikacji. Do dyspozycji studentów jest również nowoczesna czytelnia wyposażona w sprzęt multimedialny.

Program

Podstawowe informacje

Klasyfikacja ISCED:

Liczba semestrów: 4

Tytuł zawodowy nadawany absolwentom: magister

Opis realizacji programu:

Program studiów na kierunku „zarządzanie mediami i reklamą” jest unikatowym, interdyscyplinarnym kierunkiem studiów II stopnia, na który składa się szerokie spektrum różnorodnych zajęć podzielonych na następujące grupy:

1) grupę zajęć obowiązkowych, która obejmuje przede wszystkim zajęcia z zakresu dyscypliny nauki o zarządzaniu i jakości, nauk prawnych, ekonomii i finansów oraz filozofii

2) grupę zajęć fakultatywnych, która obejmuje laboratoria z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości, nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz nauk o sztuce. Każdorazowo przed rozpoczęciem roku akademickiego na stronach internetowych Instytutu Kultury będzie publikowany katalog dostępnych w danym roku akademickim laboratoriów, spośród których studenci wybierają zajęcia odpowiadające ich indywidualnym zainteresowaniom. Zapisy na laboratoria realizowane są na początku danego roku akademickiego zgodnie z zasadą pierwszeństwa zgłoszeń. Studenci w toku studiów są zobowiązani do realizacji zajęć fakultatywnych o łącznej wartości 12 ECTS, z założeniem że 6 ECTS będzie zrealizowanych w ramach zajęć fakultatywnych z zakresu zarządzania i z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz 6 ECTS z zajęć fakultatywnych z zakresu nauk o sztuce.

3) trzy grupy zajęć specjalizacyjnych:

a) „zarządzanie mediami”

b) „zarządzanie reklamą”

c) "zarządzanie organizacjami kultury"

Studenci w toku studiów II stopnia wybierają jedną grupę zajęć specjalizacyjnych. W ramach wybranej grupy zajęć specjalizacyjnych są zobowiązani do zdobycia 30 ECTS w toku studiów. Wyboru grupy zajęć specjalizacyjnych dokonują na początku I roku studiów II stopnia zgodnie z zasadą pierwszeństwa zgłoszeń.

Student zobowiązany jest do zdobycia w ramach zajęć obowiązkowych, fakultatywnych i specjalistycznych min. 60 ECST w każdym roku akademickim, a w toku studiów min. 121 ECTS.

W toku studiów studenci uczestniczą w seminarium dyplomowym trwającym trzy semestry. Seminarium kończy się egzaminem i obroną pracy magisterskiej. Podstawowe rodzaje zajęć dydaktycznym obejmują wykłady, ćwiczenia, konwersatoria i laboratoria. Formami zaliczenia są egzaminy ustne oraz pisemne, a także zaliczenie na ocenę oraz zaliczenia bez oceny.

W trakcie I roku studiów drugiego stopnia na kierunku zarządzanie mediami i reklamą studenci, którzy nie ukończyli studiów I stopnia z zakresu zarządzania są zobowiązani do zdania egzaminu z przedmiotu: Podstawy zarządzania (istnieje możliwość uczestniczenia w wykładach ze studentami studiów pierwszego stopnia).

Liczba punktów ECTS

konieczna do ukończenia studiów	121
w ramach zajęć prowadzonych z bezpośrednim udziałem nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia	80
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z zakresu nauki języków obcych	4
którą student musi uzyskać w ramach modułów realizowanych w formie fakultatywnej	42
którą student musi uzyskać w ramach praktyk zawodowych	4
którą student musi uzyskać w ramach zajęć z dziedziny nauk humanistycznych lub nauk społecznych	17

Liczba godzin zajęć

Łączna liczba godzin zajęć: 964

Praktyki zawodowe

Wymiar, zasady i forma odbywania praktyk zawodowych

Praktyki zawodowe realizowane w wymiarze 90h w trakcie I roku studiów II stopnia. Studenci realizują praktykę studencką w dowolnie wybranej organizacji (mogą skorzystać z listy tych organizacji, znajdującej się w Instytucie Kultury lub wybrać instytucję spoza listy, wówczas jednak muszą uzyskać akceptację dla przedstawionego wyboru osoby opiekującej się praktykami studenckimi w Instytucie). Praktyki odbywają się na podstawie umowy podpisanej przez Instytut Kultury oraz daną organizację kultury. Student zobowiązany jest po zakończeniu praktyki przedłożyć stosowne zaświadczenie.

Praktyka studencka jest integralną częścią programu studiów, niemniej jednak jest traktowana jako przedmiot fakultatywny, ponieważ student ma prawo do zastąpienia praktyki stażem lub wolontariatem (każda sprawa jest rozpatrywana indywidualnie i wymaga akceptacji Zastępcy Dyrektora IK ds. studiów).

Ukończenie studiów

Wymogi związane z ukończeniem studiów (praca dyplomowa/egzamin dyplomowy/inne)

- a. Uzyskanie pozytywnych ocen z wszystkich przewidzianych planem studiów zajęć
- b. Pozytywna ocena pracy dyplomowej
- c. Egzamin dyplomowy

Efekty uczenia się

Wiedza

Kod	Treść	PRK
ZMR_K2_W01	Absolwent zna i rozumie posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą miejsca i znaczenia zarządzania organizacjami mediów na gruncie nauk społecznych, aktualnego stanu i kierunków rozwoju (wykazuje zdolność krytycznego ich omawiania)	P7S_WG
ZMR_K2_W02	Absolwent zna i rozumie rolę Internetu w kształtowaniu kultury, stosunków społecznych i ekonomicznych na poziomie lokalnym i globalnym, umie stosować jego technologie, ma wiedzę na temat teorii tego medium oraz historii jego powstania i rozwoju	P7S_WK, P7S_WG, P7U_W
ZMR_K2_W03	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu znaczenie zasad, reguł, misji i celów organizacji medialnych zarówno publicznych, jak i prywatnych	P7S_WK, P7U_W
ZMR_K2_W04	Absolwent zna i rozumie wybrane przyczyny i skutki ekonomiczne, społeczne, środowiskowe i kulturowe rozwoju współczesnej cywilizacji w kontekście lokalnym i globalnym	P7S_WK, P7U_W
ZMR_K2_W05	Absolwent zna i rozumie wiodące współczesne koncepcje przywództwa i zarządzania organizacjami	P7S_WG, P7U_W
ZMR_K2_W06	Absolwent zna i rozumie prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów	P7S_WK, P7S_WG, P7U_W
ZMR_K2_W07	Absolwent zna i rozumie współczesną myśl humanistyczną w pogłębionym zarysie, co pozwala na świadome odnoszenie się do zjawisk świata kultury i mediów	P7S_WG, P7U_W
ZMR_K2_W08	Absolwent zna i rozumie czynniki kształtujące przestrzeń medialną	P7S_WK, P7S_WG, P7U_W
ZMR_K2_W09	Absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu historię rozwoju myśli etycznej dotyczącej zarządzania i organizowania	P7S_WK, P7U_W
ZMR_K2_W10	Absolwent zna i rozumie różnorodne formy działania kulturalnego, instytucjonalne ramy tych działań, sposoby funkcjonowania oraz organizowania poprzez praktyczne uczestnictwo w projektach	P7S_WG
ZMR_K2_W11	Absolwent zna i rozumie w pogłębiony sposób miejsce i znaczenie zarządzania organizacjami mediów na gruncie nauk społecznych, aktualnego stanu i kierunków rozwoju (wykazuje zdolność krytycznego ich omawiania).	P7S_WG
ZMR_K2_W12	Absolwent zna i rozumie w pogłębiony sposób metodologię nauk społecznych (z uwzględnieniem nauk o zarządzaniu i jakości)	P7S_WG

Umiejętności

Kod	Treść	PRK
ZMR_K2_U01	Absolwent potrafi formułować i analizować problemy badawcze wynikające z omawianych zjawisk ekonomicznych, społecznych, środowiskowych, kulturalnych i organizacyjnych, przed którymi stają organizacje oraz dobierać odpowiednie metody i narzędzia ich rozwiązywania, wykorzystując dobór odpowiednich informacji	P7S_UU, P7S_UW, P7U_U
ZMR_K2_U02	Absolwent potrafi poddać krytycznej obserwacji organizacje medialne oraz wyciągać z niej wnioski	P7S_UU, P7S_UW, P7U_U
ZMR_K2_U03	Absolwent potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę oraz rozwijać umiejętności badawcze	P7U_U

Kod	Treść	PRK
ZMR_K2_U04	Absolwent potrafi integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk społecznych oraz humanistycznych	P7S_UU, P7U_U
ZMR_K2_U05	Absolwent potrafi samodzielnie określić opracowywany zakres badawczy, postawić i zweryfikować tezy, dobrać odpowiednią bibliografię oraz dokonać selekcji źródeł, jak również skutecznie przeprowadzić badania przez fazę realizacji	P7S_UU, P7S_UW, P7U_U
ZMR_K2_U06	Absolwent potrafi interpretować zjawiska medialne w kontekście wybranych koncepcji teoretycznych	P7S_UK
ZMR_K2_U07	Absolwent potrafi samodzielnie dokonać analizy i porównania zjawisk medialnych z punktu widzenia poszczególnych dyscyplin naukowych	P7S_UK, P7U_U
ZMR_K2_U08	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować wystąpienie ustne i pisemne poświęcone zagadnieniom związanym z problematyką zarządzania, w tym potrafi podczas wystąpienia dokonać oryginalnej, krytycznej analizy różnych koncepcji i wypracować własne stanowisko normatywne	P7S_UK
ZMR_K2_U09	Absolwent potrafi formułować i analizować problemy badawcze wynikające z umawianych zjawisk ekonomicznych, społecznych, środowiskowych, kulturalnych i organizacyjnych, przed którymi stają organizacje oraz dobierać odpowiednie metody i narzędzia ich rozwiązywania, wykorzystując dobór odpowiednich informacji	P7S_UU, P7S_UW, P7U_U
ZMR_K2_U10	Absolwent potrafi diagnozować przy pomocy kategorii etycznych rozwiązania stosowane w praktyce życia organizacyjnego	P7S_UU, P7S_UK, P7S_UW
ZMR_K2_U11	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować wystąpienie ustne i pisemne poświęcone zagadnieniom związanym z problematyką zarządzania, w tym, podczas wystąpienia dokonać oryginalnej, krytycznej analizy różnych koncepcji i wypracować własne stanowisko normatywne.	P7S_UK
ZMR_K2_U12	Absolwent potrafi posługiwać się językiem na poziomie B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego	P7S_UK
ZMR_K2_U13	Absolwent potrafi poddać krytycznej analizie różnego rodzaju przekazy kultury współczesnej, analizując je pod różnym kątem (język, kontekst kulturowy, treści merytoryczne, wymiar estetyczny, kontekst prawny)	P7S_UW, P7S_UK, P7U_U
ZMR_K2_U14	Absolwent potrafi planować i organizować pracę samodzielną oraz w zespole	P7S_UO
ZMR_K2_U15	Absolwent potrafi uczestniczyć w różnych formach partycypacji społecznej, prowadzić debaty oraz prezentować własny punkt widzenia	P7S_UK
ZMR_K2_U16	Absolwent potrafi wyjaśnić charakterystyczne cechy dyskursu kultury współczesnej	P7S_UK, P7S_UW
ZMR_K2_U17	Absolwent potrafi użyć narzędzi internetowych dla współdziałania wewnątrz grupy na poziomie globalnym	P7S_UK
ZMR_K2_U18	Absolwent potrafi współdziałać w grupie i twórczo animować zespół	P7S_UO
ZMR_K2_U19	Absolwent potrafi przeciwdziałać nielegalnym zabiegom pozyskiwania informacji i zna niebezpieczeństwa z tym związane	P7S_UK, P7S_UW
ZMR_K2_U20	Absolwent potrafi samodzielnie przygotować wystąpienie ustne i pisemne poświęcone zagadnieniom związanym z problematyką zarządzania, w tym, podczas wystąpienia, dokonać oryginalnej, krytycznej analizy różnych koncepcji i wypracować własne stanowisko normatywne	P7S_UK

Kompetencje społeczne

Kod	Treść	PRK
ZMR_K2_K01	Absolwent jest gotów do uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować oraz organizować proces uczenia się innych osób	P7S_KK, P7U_K

Kod	Treść	PRK
ZMR_K2_K02	Absolwent jest gotów do aktywnego uczestnictwa w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy	P7S_KR, P7S_KO
ZMR_K2_K03	Absolwent jest gotów do systematycznego uczestnictwa w życiu kulturalnym, interesuje się bieżącymi wydarzeniami artystyczno-kulturalnymi oraz nowymi zjawiskami w sztuce	P7S_KR
ZMR_K2_K04	Absolwent jest gotów do przyjęcia rolę moderatora dyskusji, w której prezentowane są różne poglądy, dbając o zachowanie wysokiego poziomu merytorycznego	P7S_KO, P7S_KK, P7U_K
ZMR_K2_K05	Absolwent jest gotów do krytycznej oceny i interpretacji wydarzeń kulturalnych	P7S_KO, P7S_KK
ZMR_K2_K06	Absolwent jest gotów do organizowania zespołów zadaniowych i przewodzenia im w celu realizacji wspólnego projektu zarówno na poziomie lokalnym i globalnym	P7U_K
ZMR_K2_K07	Absolwent jest gotów do samodzielnego i krytycznego uzupełniania wiedzy i umiejętności, rozszerzonego o wymiar interdyscyplinarny	P7S_KK, P7U_K
ZMR_K2_K08	Absolwent jest gotów do podejmowania różnorodnych zadań w ramach projektów kulturalnych	P7S_KR
ZMR_K2_K09	Absolwent jest gotów do aktywnej realizacji idei dzielenia się wiedzą i pracy oświatowej jako istotnego działania kulturotwórczego	P7S_KR, P7S_KO
ZMR_K2_K10	Absolwent jest gotów do efektywnej organizacji własnej pracy i krytycznej oceny jej stopnia zaawansowania	P7S_KR
ZMR_K2_K11	Absolwent jest gotów do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	P7S_KO

Plany studiów

Semestr 1

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
BHK	4	-	zaliczenie	O
Wykład monograficzny w j. angielskim	30	3	zaliczenie na ocenę	O
Prawo autorskie w praktyce	30	4	egzamin	O
Zarządzanie różnorodnością w organizacji	30	5	zaliczenie na ocenę	O
Prawo pracy	15	2	egzamin	O
Prawo zamówień publicznych	15	2	egzamin	O
Lektorat z języka obcego				O
Student realizuje jeden przedmiot				
English for Culture and Media Management B2+	30	-	zaliczenie na ocenę	F
English for Culture and Media Management C1+	30	-	zaliczenie na ocenę	F

Ścieżka: Zarządzanie mediami

Studenci w toku studiów wybierają jedną grupę zajęć specjalizacyjnych: zarządzanie mediami lub zarządzanie reklamą. W ramach wybranej grupy zajęć specjalizacyjnych są zobowiązani do zdobycia 30 ECTS w toku studiów. Wyboru grupy zajęć specjalizacyjnych dokonują na początku I roku studiów II stopnia.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Podstawy marketingu w mediach (konwersatorium)	30	4	zaliczenie	F
Podstawy marketingu w mediach (ćwiczenia)	30	4	zaliczenie	F

Ścieżka: Zarządzanie organizacjami kultury

Studenci w toku studiów wybierają jedną grupę zajęć specjalizacyjnych: kultura współczesna lub zarządzanie organizacjami kultury. W ramach wybranej grupy zajęć specjalizacyjnych są zobowiązani do zdobycia 30 ECTS w toku studiów. Wyboru grupy zajęć specjalizacyjnych dokonują na początku I roku studiów II stopnia.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Ochrona i zarządzanie dziedzictwem kulturowym (wykład)	30	4	egzamin	F
Ochrona i zarządzanie dziedzictwem kulturowym (ćwiczenia)	30	3	zaliczenie na ocenę	F
Antropologia organizacji (konwersatorium)	30	3	zaliczenie na ocenę	F

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Antropologia organizacji (ćwiczenia)	30	3	zaliczenie na ocenę F

Ścieżka: Zarządzanie reklamą

Studenci w toku studiów wybierają jedną grupę zajęć specjalizacyjnych: zarządzanie mediami lub zarządzanie reklamą. W ramach wybranej grupy zajęć specjalizacyjnych są zobowiązani do zdobycia 30 ECTS w toku studiów. Wyboru grupy zajęć specjalizacyjnych dokonują na początku I roku studiów II stopnia.

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Marketing w organizacji (konwersatorium)	15	2	egzamin F
Marketing w organizacji (ćwiczenia)	30	3	zaliczenie F
Socjotechnika reklamy	30	4	zaliczenie F
Etyka reklamy i problemy konsumpcji	30	4	zaliczenie F

Semestr 2

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Projektowanie badań naukowych	30	3	egzamin O
Seminarium dyplomowe	30	3	zaliczenie O
Praktyka zawodowa	90	3	zaliczenie O
Zarządzanie strategiczne (konwersatorium)	15	3	egzamin O
Zarządzanie strategiczne (ćwiczenia)	30	3	zaliczenie O
Projekty miejskie	30	3	zaliczenie O
Źródła współczesności	30	3	zaliczenie O
Lektorat z języka obcego			O
Student realizuje jeden przedmiot			
English for Culture and Media Management B2+	30	4	egzamin F
English for Culture and Media Management C1+	30	4	egzamin F

Ścieżka: Zarządzanie mediami

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Prawo mediów	30	4	zaliczenie F
Zarządzanie organizacją medialną	30	4	zaliczenie na ocenę F
Analiza audytoriów medialnych (konwersatorium)	15	2	zaliczenie na ocenę F
Analiza audytoriów medialnych (ćwiczenia)	15	2	zaliczenie F

Ścieżka: Zarządzanie organizacjami kultury

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Kultura cyfrowa: literatura elektroniczna, demoscena, gry, sztuka mediów	30	4	zaliczenie na ocenę F
Prawo kultury (konwersatorium)	15	2	zaliczenie na ocenę F
Prawo kultury (ćwiczenia)	15	3	zaliczenie na ocenę F

Ścieżka: Zarządzanie reklamą

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Podstawy reklamy	30	4	zaliczenie na ocenę F
Prawo reklamy	15	3	zaliczenie F

Semestr 3

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Ekonomia (konwersatorium)	15	4	egzamin O
Ekonomia (ćwiczenia)	30	4	zaliczenie O
Seminarium dyplomowe	30	7	zaliczenie O
Źródła współczesności	30	4	zaliczenie O
Współczesne trendy w zarządzaniu	30	3	zaliczenie na ocenę F
Współczesne trendy w kulturze	30	3	zaliczenie na ocenę F

Ścieżka: Zarządzanie mediami

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Projektowanie i realizacja kampanii medialnej	30	5	zaliczenie F

Ścieżka: Zarządzanie organizacjami kultury

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji
Marketing i organizacja wydarzeń	30	4	zaliczenie na ocenę F
Publiczne i prywatne finanse kultury	30	4	zaliczenie na ocenę F

Ścieżka: Zarządzanie reklamą

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Warsztat reklamy	30	5	zaliczenie	F

Semestr 4

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Seminarium dyplomowe	30	10	zaliczenie	O
HR w organizacjach	30	5	zaliczenie	O
Źródła współczesności	30	4	zaliczenie	O
Współczesne trendy w zarządzaniu	30	3	zaliczenie na ocenę	F
Współczesne trendy w kulturze	30	3	zaliczenie na ocenę	F

Ścieżka: Zarządzanie mediami

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Tworzenie strategii nowego biznesu/nowej marki	30	5	zaliczenie	F

Ścieżka: Zarządzanie reklamą

Przedmiot	Liczba godzin	Punkty ECTS	Forma weryfikacji	
Planowanie i organizacja kampanii reklamowej	30	5	zaliczenie na ocenę	F

O - obowiązkowy
F - fakultatywny

Sylabusy

Podstawy marketingu w mediach (konwersatorium)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie mediami</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.210.5cc8594d2eaec.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

Okres Semestr 1	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	Liczba punktów ECTS 4.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznanie z aktualnym teoretyczno-koncepcyjnym dorobkiem marketingu
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	zna i rozumie zasady marketingu kultury i mediów ma podstawową wiedzę z zakresu ekonomiki kultury i mediów	ZMR_K2_W08	projekt, esej

W2	identyfikuje i wyjaśnia znaczenie różnic kulturowych w kontekście zarządzania marketingowego przedsiębiorstwem	ZMR_K2_W06	projekt, esej
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	posiada umiejętność krytycznej refleksji nad tekstami na temat zarządzania, dziejów kultury oraz mediów (H1A_U01)	ZMR_K2_U03	projekt, esej
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności. dzięki zdobytej wiedzy rozumie i potrafi oceniać krytycznie oraz interpretować wydarzenia kulturalne oraz przekazy medialne.	ZMR_K2_K07	projekt, esej

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie projektu	10	
przygotowanie do egzaminu	5	
przygotowanie się do sprawdzianu zaliczeniowego	10	
przeprowadzenie badań literaturowych	15	
zbieranie informacji do zadanej pracy	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	<ul style="list-style-type: none"> Projektowanie marketingu mix (Produkt w ujęciu marketingowym, produkt materialny i niematerialny, rola i formy promocji, koncepcje kształtowania cen Analiza rynku. Konsekwencje konwergencji. Analizy marketingowe w mediach (SWOT, pięciu sił Portera, BCG, 80/20, Ansoffa, analiza cyklu życia produktu medialnego) Segmentacja rynku (rodzaje segmentacji, segmentacja i jej znaczenie dla przedsiębiorstwa medialnego, rynki docelowe) Strategie sprzedaży (wysokich cen, niskich cen, penetracji itd.) 	W1

2.	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing wewnętrzny organizacji medialnych • Reklama (znaczenie na rynku mediów, zasady projektowania kampanii. • Podstawy strategii promocyjnych • Niestandardowe formy promocji, problem efektywność NBDB • reklama internetowa a cykl życia produktu, wskaźniki efektywności reklamy internetowej, formy reklamy internetowej, • SEM, SEO 	W2, U1, K1
3.	<ul style="list-style-type: none"> • Marketing w mediach społecznościowych • Blogosfera, blogi i mikroblogi • Networking • Content marketing 	U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

dyskusja, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	projekt, esej	Do zaliczenia wymagane jest spełnienie kryterium obecności. * artykuł na multiblogu Kulturoteka - 15% oceny * referat/prezentacja - 35% oceny * przygotowanie, zaangażowanie, aktywność na zajęciach - 50% oceny Punktacja: 3 = 56-64% 3,5 = 65-73% 4 = 74-82% 4,5 = 83-91% 5 = 92-100%

Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość podstawowych pojęć i terminów związanych z zarządzaniem oraz działaniem organizacji tzw. nowych mediów. Znajomość podstawowych pojęć z zakresu zarządzania. Podstawowa wiedza o przedmiotowych i metodologicznych powiązaniach zarządzania i kultury z macierzystymi dla zarządzania mediami dyscyplinami naukowymi (zwłaszcza ekonomiki mediów i medioznawstwa).

Ochrona i zarządzanie dziedzictwem kulturowym (wykład)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.210.5cc859496d4f5.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej</p>
---	---

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć wykład: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 4.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	<p>Podstawowym problemem w kontekście dziedzictwa opisywanego z perspektyw nauk o zarządzaniu pozostaje kwestia celów, które mają zostać osiągnięte w tym procesie. Zarządzanie, bez względu na to, do jakiej szkoły sięgniemy, jest zawsze przemyślanym działaniem mającym prowadzić do osiągnięcia jakiegoś celu. Nawet najbardziej klasyczne definicje zarządzania niosą ze sobą – w kontekście zarządzania dziedzictwem – wiele komplikacji. Monika Kostera, pisze, że zarządzanie to „proces planowania, organizowania, motywowania i kontrolowania pracy organizacji i jej uczestników oraz wykorzystywania wszystkich dostępnych zasobów dla osiągnięcia celów organizacji” . Wobec powyższego konieczne jest postawienie pytania, jak odnieść do tego klasycznego modelu dziedzictwo. Kluczowe znaczenie dla zarządzania dziedzictwem miało powszechne uznanie go za zasób. Paradoksalnie myślenie takie nie zrodziło się w ramach refleksji na temat kultury, ale było owocem, swoistym efektem ubocznym, działania różnego rodzaju ruchów proekologicznych. Początek lat 70. XX w. przyniósł refleksję na temat dotychczasowego postępowania wobec zasobów ziemi, które – w wyniku ekspansywnej eksploatacji – ulegają szybkiemu wyczerpaniu. Stało się jasne, że brak zmian w tym zakresie w znacznym stopniu ograniczy możliwości rozwoju kolejnym generacjom. W tym samym czasie uznano, że dziedzictwo kulturowe musi podlegać podobnej ochronie, polegającej na racjonalnym korzystaniu z niego, jak z nieodnawialnych zasobów naturalnych. Powszechnie przyjętą filozofią w tym względzie stała się koncepcja zrównoważonego rozwoju. Terminem tym, od czasu konferencji w Rio de Janeiro w 1992 roku (przyjęto tam deklarację odnośnie rozwoju zrównoważonego), określa się „nie tylko zgodne z zasadami użytkowanie zmniejszających się zasobów, ale także konieczność podtrzymywania wzrostu dobrobytu ludzkości, ze szczególnym uwzględnieniem społeczności lokalnych i z zastrzeżeniem, że wzrost ten nie może spowodować ograniczenia zdolności przyszłych generacji do zaspokojenia ich własnych potrzeb” . Pogłębiająca się refleksja na temat dziedzictwa, szybko doprowadziła do stwierdzenia, że jest ono zasobem bardzo trudnym do zdefiniowania. Immanentną cechą dziedzictwa jest bowiem niemożność ostrego zarysowania jego granic. Jest to fenomen ulegający ciągłej transformacji, ciągłemu wzrostowi. Nie ma obiektywnych kryteriów pozwalających na stwierdzenie, czy dane dobra kultury są dziedzictwem, czy nie. Momentem krytycznym jest więc autonomiczna decyzja – grupy etnicznej, społeczności, narodu – co ostatecznie uznane za swoje dziedzictwo. Przy czym to „swoje” jest wartością nienegocjowalną, najczęściej pozostającą wyborem zero-jedynkowym, tak, tak – nie, nie. Niekiedy nie poddającym się racjonalnej analizie. Dynamika zmian w zasobie dziedzictwa powoduje, że do jego opisu można posłużyć się innym terminem, znanym z nauk ekonomicznych – pojęciem strumieni. Zarówno pojęcie zasobu, jak i strumieni jest wykorzystywane np. do opisu rynku pracy. W odniesieniu do niego bezrobocie jest opisywane jako zasób, którego wielkość mierzy się w określonym punkcie czasu. Chcąc jednak oddać dynamikę tego zasobu, fakt, że jest on zmienny w czasie, stosuje się pojęcie strumieni: zasilających (strumień napływu, jeśli kolejne osoby tracą pracę) i odprowadzających (strumień odpływu, jeśli ją znajdują) . Próbując opisać zasób dziedzictwa nie można zapomnieć o jednej z jego podstawowych cech – o tym, że jest dynamicznie zmiennie. Prowadzi do stwierdzenia, że zarządzanie dziedzictwem sprowadza się w istocie do zarządzania zmianami. W Polsce takie podejście do dziedzictwa opisywali m.in. Andrzej Tomaszewski oraz Bogusław Szmygin . Teorię zarządzania zmianami, jako pierwsi przystosowali do procesu zarządzania dziedzictwem amerykańscy archeologowie i antropolodzy kultury. „Pojęcie to i próba jego zdefiniowania w odniesieniu do zabytków stanowi wynik refleksji, iż całe środowisko człowieka, a co za tym idzie warunki w jakich trwa dziedzictwo kulturowe, nieustannie się zmieniają. Autorem koncepcji zarządzania zmianą w odniesieniu do zabytków był B. F. Feilden” . Ta zmienność zasobu dziedzictwa, niemożność uchwycenia go w stanie „skryształowanym”, powoduje, że bardzo trudnym zadaniem jest formułowanie celów dla procesu zarządzania dziedzictwem, czy raczej trudne jest stworzenie uporządkowanego i zamkniętego katalogu celów. Co więcej, sprawę komplikują fakt, że dziedzictwem realizowane jest przez bardzo wiele środowisk – m.in. ekonomistów, specjalistów zajmujących się rozwojem regionalnym, muzealnikom, historykom sztuki, konserwatorom, urbanistom, architektom, środowiskom kreującym rynek turystyczny itp. Wszystko to powoduje, że definiowanych jest wiele celów częściowych. Pytaniem podstawowym pozostaje jednak, czy istnieje możliwość wskazania celów o charakterze strategicznym, mających uniwersalny charakter, a jednocześnie niebędących zbyt ogólnymi. Jest to bez wątpienia zadanie kluczowe. Zajęcia mają na celu nie tylko uzmysłowić wymienione wyżej trudności w zarządzaniu dziedzictwem, ale również nauczyć wrażliwości na postrzeganie go przez różne grupy interesariuszy. Studenci mają bowiem nie tylko poznać narzędzia zarządzania dziedzictwem, ale również muszą nauczyć się go rozumieć.</p>
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
	Wiedzy - Student zna i rozumie:		

W1	- zna i rozumie znaczenie zasad, reguł, misji i celów organizacji kultury i organizacji medialnych (W) - zna system prawny ochrony dziedzictwa kulturowego i dóbr kultury (W) - ma podstawową wiedzę z zakresu regionów etnograficznych w Polsce (W)	ZMR_K2_W04	egzamin pisemny
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	- potrafi poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski (U) - potrafi poddać krytycznej obserwacji organizacji kultury i organizacji medialne oraz wyciągać z niej wnioski (U) - umie samodzielnie zdobywać wiedzę oraz rozwijać umiejętności badawcze (U)	ZMR_K2_U03	egzamin pisemny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	- rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować oraz organizować proces uczenia się innych osób (KS) - aktywnie uczestniczy w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy (KS) - systematycznie uczestniczy w życiu kulturalnym, interesuje się bieżącymi wydarzeniami artystyczno-kulturalnymi oraz nowymi zjawiskami w sztuce (KS) - potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny (KS)	ZMR_K2_K02	egzamin pisemny

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
wykład	30	
przygotowanie do egzaminu	30	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 105	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	-----------------------------------

1.	<p>Punktem wyjścia będzie poznanie polskiego prawodawstwa związanego z szeroko pojętym dziedzictwem kulturowym - studenci poznają najważniejsze definicje i terminologię zagadnienia. Zostaną omówione podstawowe problemy związane z funkcjonowaniem zabytków we współczesnym świecie (różne sposoby ich zagospodarowania, zarządzania i animowania), podaną zostaną przykłady najbardziej znanych w Europie realizacji związanych z rewitalizacją obszarów miejskich oraz – na zasadzie case studies – omówione zostaną wybrane obiekty zabytkowe znajdujące się na terenie Polski, dla których odnaleziono udaną formułę zagospodarowania; ponadto poruszona zostanie problematyka ochrony i kształtowania krajobrazu kulturowego, ochrony miast historycznych, prawne aspekty ochrony zabytków w Polsce jak również rolę muzeów w nowoczesnej ochronie zabytków. Przedstawiona zostanie idea Listy Światowego Dziedzictwa Kulturowego UNESCO.</p> <p>Zakres dziedzinowy: zarządzanie, zabytkoznawstwo, architektura krajobrazu, muzeologia.</p> <p>Po zakończeniu kursu student powinien:</p> <ul style="list-style-type: none"> - znać definicję dziedzictwa kulturowego, opisywać zasób dziedzictwa materialnego i niematerialnego, znajdować informacje na temat problematyki związanej z dziedzictwem, umieć porządkować treści i zagadnienia związane z szeroko zarysowaną problematyką ochrony, kształtowania i zarządzania dziedzictwem, potrafić ilustrować różnorodne przykłady dziedzictwa materialnego i niematerialnego - umieć analizować i objaśniać strukturę organizacyjną sektorów związanych z ochroną dziedzictwa kulturowego, zestawiać różnego rodzaju modele zarządzania dziedzictwem, projektować możliwe wykorzystania obiektów dziedzictwa materialnego jak również syntetyzować i objaśniać najważniejsze problemy związane z zarządzaniem dziedzictwem kulturowym - nabyć kompetencji społecznych w odniesieniu do dziedzictwa kulturowego, umieć odnieść się do wielowymiarowej problematyki i zagadnienia (np. kwestii partycypacji społecznej w procesie zarządzania dziedzictwem), wykazywać się postawą pełną szacunku i zainteresowania dziedzictwem, zrozumieniem dla jego znaczenia w wymiarze wspólnoty regionalnej, etnicznej, religijnej czy narodowej. 	W1, U1, K1
----	--	------------

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
wykład	egzamin pisemny	zaliczenie egzaminu

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Marketing w organizacji (konwersatorium)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzRS.210.5cc8594ecb496.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15</p>	<p>Liczba punktów ECTS 2.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Podstawowym celem realizacji zajęć jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu działań marketingowych charakterystycznych dla współczesnych organizacji. Celem przedmiotu jest także wskazanie i wyjaśnienie na czym polegają mechanizmy dzisiejszych rynków konsumenckich oraz w jaki sposób identyfikować, analizować je, a także dokonywać ich segmentacji. Istotnym elementem jest także zapoznanie studentów z istotą produktu, marki i wizerunku produktu i organizacji, oraz przekazanie wiedzy na temat ich pozycjonowania.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	, jaki jest zakres i na czym polegają działania marketingowe współczesnych organizacji.	ZMR_K2_W03	egzamin pisemny
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	wskazać i wyjaśnić, na czym polegają mechanizmy dzisiejszych rynków konsumenckich oraz w jaki sposób identyfikować, analizować je, a także dokonywać ich segmentacji.	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U09	egzamin pisemny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	podejmowania praktycznych decyzji w odniesieniu do produktu, marki i wizerunku organizacji, oraz do przekazania wiedzy na ten temat osobom zainteresowanym.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K11	egzamin pisemny

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
uczestnictwo w egzaminie	2	
przygotowanie do egzaminu	30	
przygotowanie do zajęć	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 57	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1.Istota marketingu. Orientacje rynkowe.	W1, U1, K1
2.	2.Marketingowe znaczenie otoczenia organizacji.	W1, U1, K1
3.	3.Produkty i ich asortyment.	W1, U1, K1
4.	4.Opakowania i wzrost ich znaczenia we współczesnym marketingu.	W1, U1, K1
5.	5.Ceny i strategie cenowe	W1, U1, K1
6.	6.Marka. Tworzenie silnych marek	W1, U1, K1
7.	7.Zarządzanie wizerunkiem organizacji	W1, U1, K1
8.	8.Pozycjonowanie w marketingu	W1, U1, K1
9.	9.Marketing relacji	W1, U1, K1

10.	10. Marketing doświadczeń	W1, U1, K1
11.	11. Komunikacja marketingowa masowa	W1, U1, K1
12.	12. Komunikacja marketingowa osobista	W1, U1, K1
13.	13. Postmarketing	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny	Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny z egzaminu w formie testu. Przystąpienie do egzaminu wymaga uzyskania pozytywnej oceny z zaliczenia ćwiczeń z "Marketingu w organizacji" oraz obecności na zajęciach (możliwe są maksymalnie 2 nieobecności).

Wymagania wstępne i dodatkowe

Uzyskanie zaliczenia z ćwiczeń z "Marketingu w organizacji"



Podstawy marketingu w mediach (ćwiczenia)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie mediami	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.210.5cc8594d48dad.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przybliżenie wiedzy z zakresu działań marketingowych w organizacjach medialnych
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	najnowsze trendy w naukach o zarządzaniu	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W04	esej, prezentacja

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08	esej, prezentacja
U2	samodzielnie zdobywać wiedzę oraz rozwijać umiejętności badawcze	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U08	esej, prezentacja
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	efektywnego organizowania własnej pracy i krytycznego oceniania jej stopnia zaawansowania.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K07	esej, prezentacja
K2	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K11	esej, prezentacja

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	20	
przygotowanie do zajęć	70	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Przegląd zagadnień związanych z marketingiem w organizacji, współczesne ikony zarządzania i marketingu, nowe trendy technologiczne w marketingu	W1, U1, K2
2.	Marketing, public relation, branding i ich narzędzia; krajobraz definicji i orientacji marketingowych, marketing w Polsce.	W1, U2
3.	Nowe trendy technologiczne w marketingu	W1, U1, U2, K1, K2
4.	Reklama, kampanie reklamowe, marka, branding.	W1, U1, U2, K1, K2
5.	Nowy marketing (media i agencje interaktywne, media społecznościowe, content marketing)	W1, U1, U2, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, burza mózgów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	esej, prezentacja	Do zaliczenia wymagane jest spełnienie kryterium obecności. * artykuł na multiblogu Kulturoteka - 15% oceny * referat/prezentacja - 35% oceny * przygotowanie, zaangażowanie, aktywność na zajęciach - 50% oceny Punktacja: 3 = 56-64% 3,5 = 65-73% 4 = 74-82% 4,5 = 83-91% 5 = 92-100%

Ochrona i zarządzanie dziedzictwem kulturowym (ćwiczenia)

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.210.5cc859498b188.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej</p>
---	---

Okres Semestr 1	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	Liczba punktów ECTS 3.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Na zajęciach zostaną poddane analizie podstawowe dokumenty dotyczące ochrony i zarządzania dziedzictwem - związane z krajowym ustawodawstwem oraz dokumenty UNESCO. Ponadto omówione zostaną przykłady zastosowania wyżej wymienionych przepisów w praktyce. Część godzin zostanie poświęcona dziedzictwu niematerialnemu ze szczególnym uwzględnieniem regionów bliskich studentom. Ostatni blok zajęciowy będą stanowić zajęcia dedykowane współczesnym zjawiskom i wyzwaniom w procesach ochrony i zarządzania dziedzictwem.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	- zna i rozumie znaczenie zasad, reguł, misji i celów organizacji kultury i organizacji medialnych (W) - zna system prawny ochrony dziedzictwa kulturowego i dóbr kultury (W) - ma podstawową wiedzę z zakresu regionów etnograficznych w Polsce (W)	ZMR_K2_W04	esej
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	- potrafi poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski (U) - potrafi poddać krytycznej obserwacji organizację kultury i organizację medialną oraz wyciągać z niej wnioski (U) - umie samodzielnie zdobywać wiedzę oraz rozwijać umiejętności badawcze (U)	ZMR_K2_U03	esej
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	- rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować oraz organizować proces uczenia się innych osób (KS) - aktywnie uczestniczy w działaniach na rzecz zachowania dziedzictwa kulturowego regionu, kraju, Europy (KS) - systematycznie uczestniczy w życiu kulturalnym, interesuje się bieżącymi wydarzeniami artystyczno-kulturalnymi oraz nowymi zjawiskami w sztuce (KS) - potrafi samodzielnie i krytycznie uzupełniać wiedzę i umiejętności, rozszerzone o wymiar interdyscyplinarny (KS)	ZMR_K2_K02	esej

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	40	
przygotowanie eseju	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	-----------------------------------

1.	Na zajęciach zostaną poddane analizie podstawowe dokumenty dotyczące ochrony i zarządzania dziedzictwem – związane z krajowym ustawodawstwem oraz dokumenty UNESCO. Ponadto omówione zostaną przykłady zastosowania wyżej wymienionych przepisów w praktyce. Część godzin zostanie poświęcona dziedzictwu niematerialnemu ze szczególnym uwzględnieniem regionów bliskich studentom. Ostatni blok zajęciowy będą stanowić zajęcia dedykowane współczesnym zjawiskom i wyzwaniom w procesach ochrony i zarządzania dziedzictwem.	W1, U1, K1
----	---	------------

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	esej	<p>Postęp pracy studentów sprawdzany jest podczas konsultacji indywidualnych. Ostateczną formą sprawdzenia efektów kształcenia jest egzamin końcowy obejmujący całość omawianego materiału wraz z lekturami. - Zaliczenie ćwiczeń na podstawie eseju na temat „Moje dziedzictwo”. Esej ma stanowić osobistą refleksję nad pojęciem dziedzictwa, które może być rozumiane w bardzo subiektywny i indywidualny sposób. Najlepsze eseje, wybrane przez prowadzących zajęcia zostaną opublikowane na stronie www.mojedziedzictwo.kultura.uj.edu.pl. Objętość eseju 3-5 stron, Times New Roman, czcionka 12, interlinia 1,5. Esej należy zatytułować (tytułem nie może być „moje dziedzictwo”) i przyporządkować do jednej z czterech kategorii: miejsca, ludzie, zwyczaje, przedmioty. Przypisy tylko śródttekstowe. Do eseju należy dołączyć zgodę na publikację (lub jej brak).</p> <p>- Warunki dopuszczenia do zaliczenia: obecność w trakcie zajęć (dopuszcza się 2 nieobecności, pozostałe zajęcia należy odrobić w uzgodnieniu z prowadzącym); oddanie i prezentacja w trakcie zajęć wszystkich zleconych przez prowadzącego prac, aktywność i przygotowanie do zajęć. - Zaliczenie całego modułu następuje w formie egzaminu.</p>

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak



Marketing w organizacji (ćwiczenia)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie reklamą	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzRS.210.5cc8594ee7720.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Podstawowym celem realizacji zajęć jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu działań marketingowych charakterystycznych dla współczesnych organizacji.
C2	Celem przedmiotu jest także wskazanie i wyjaśnienie na czym polegają mechanizmy dzisiejszych rynków konsumenckich oraz w jaki sposób identyfikować, analizować je, a także dokonywać ich segmentacji.
C3	Istotnym elementem jest także zapoznanie studentów z istotą produktu, marki i wizerunku produktu i organizacji, oraz przekazanie wiedzy na temat ich pozycjonowania.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
-----	-------------------	-------------------------------	--------------------

Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	najnowsze trendy w naukach o zarządzaniu (wykazuje zdolność krytycznego ich omawiana).	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W11	prezentacja
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	prezentacja
U2	samodzielnie zdobywać wiedzę oraz rozwijać umiejętności badawcze.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	prezentacja
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	efektywnego organizowania własnej pracy i krytycznego oceniania jej stopnia zaawansowania.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K09, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	prezentacja
K2	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K09, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	prezentacja

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
---------------------------	---

ćwiczenia	30	
przygotowanie do zajęć	60	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie, zajęcia organizacyjne.	W1, U1, U2, K1, K2
2.	Przegląd zagadnień związanych z marketingiem w organizacji, współczesne ikony zarządzania i marketingu, nowe trendy technologiczne w marketingu - 1.	W1, U1, U2, K1, K2
3.	Marketing, public relation, branding i ich narzędzia; krajobraz definicji i orientacji marketingowych, marketing w Polsce.	W1, U1, U2, K1, K2
4.	Nowe trendy technologiczne w marketingu - 2.	W1, U1, U2, K1, K2
5.	Reklama, kampanie reklamowe, marka, branding.	W1, U1, U2, K1, K2
6.	Nowe trendy technologiczne w marketingu - 3.	W1, U1, U2, K1, K2
7.	Nowy marketing (media i agencje interaktywne, media społecznościowe, content marketing)	W1, U1, U2, K1, K2
8.	Nowe trendy technologiczne w marketingu - 4.	W1, U1, U2, K1, K2
9.	Nowe trendy technologiczne w marketingu - 5.	W1, U1, U2, K1, K2
10.	Podsumowanie, zaliczenie.	W1, U1, U2, K1, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, metoda sytuacyjna, seminarium, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	prezentacja	Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny z testu. Przystąpienie do testu wymaga obecności na zajęciach (możliwe są maksymalnie 2 nieobecności).

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Antropologia organizacji (konwersatorium)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.210.5cc85949a688e.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z podstawami antropologii organizacji, możliwościami badania organizacji jako kultury i dyskusja możliwości kształtowania kultury organizacyjnej.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	rozumie czym zajmuje się Antropologia Kulturowa i rozumie związki z nauką o organizacji.	ZMR_K2_W01	zaliczenie ustne

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	myśleć kategoriami właściwymi dla antropologii i nauki o organizacji	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05	zaliczenie ustne

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie do zajęć	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Historia Antropologii Kulturowej Podstawowe kategorie Kultura organizacji	W1
2.	Związki kultury organizacyjnej z kulturą społeczeństwa	U1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, dyskusja, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie ustne	zaliczenie ustne

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Socjotechnika reklamy
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzrS.210.5cc0347dba2e9.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	--

Okres Semestr 1	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	Liczba punktów ECTS 4.0
---------------------------	---	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Podstawowym celem realizacji zajęć jest przekazanie studentom wiedzy oraz praktycznej umiejętności identyfikacji oraz analizy zastosowanych w reklamie technik i narzędzi, które manipulując uwagą odbiorców reklam, wpływają na ich osobiste i społeczne decyzje.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	zasady zastosowania w reklamie metod i narzędzi socjotechniki.	ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09	zaliczenie

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	dokonać identyfikacji oraz krytycznej analizy zastosowanych w reklamie narzędzi, które manipulują uwagą odbiorców reklam.	ZMR_K2_U13	zaliczenie
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnej oceny etycznej warstwy reklam pojawiających się w przestrzeni medialnej.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07	zaliczenie

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie się do sprawdzianu zaliczeniowego	60	
przygotowanie do zajęć	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1.Wstęp do socjotechniki reklamy	W1, U1, K1
2.	2.Figury retoryczne werbalne i wizualne, slogany	W1, U1, K1
3.	3.Komunikaty symboliczne	W1, U1, K1
4.	4.Zniekształcenie, przesada	W1, U1, K1
5.	5.Reklama jako opowieść	W1, U1, K1
6.	6.Człowiek i bohaterowie reklamy	W1, U1, K1
7.	7.Styl życia, role i wzorce społeczne	W1, U1, K1
8.	8.Dom, natura, laboratorium, inny świat	W1, U1, K1
9.	9.Intertekstualizm kulturowy	W1, U1, K1
10.	10.Przekraczanie tabu	W1, U1, K1
11.	11.Nastrój i emocje w reklamie	W1, U1, K1
12.	12.Metafory głębokie	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie	Warunkiem zaliczenia jest uzyskanie pozytywnej oceny z testu. Przystąpienie do testu wymaga obecności na zajęciach (możliwe są maksymalnie 2 nieobecności).



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

Wykład monograficzny w j. angielskim
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.210.5cc03479115c5.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Angielski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0031 Umiejętności osobowościowe
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Poszerzenie wiedzy z zakresu najnowszych trendów w badaniach w naukach o sztuce, ze szczególnym uwzględnieniem kultury współczesnej.
C2	Doskonalenie umiejętności w posługiwaniu się językiem angielskim na poziomie specjalistycznym z zakresu nauk o sztuce.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	jakie są najnowsze trendy w badaniach w naukach o zarządzaniu oraz w kulturze współczesnej	ZMR_K2_W07	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	zarządzać w zakresie wyznaczonym przez współczesne środowisko organizacji kultury i mediów, diagnozować rzeczywistość i zająć własne stanowisko w odniesieniu do rzeczywistości społecznej.	ZMR_K2_U13	zaliczenie na ocenę
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnego uzupełniania wiedzy i kompetencji	ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	60	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Dane dotyczące współcześnie prowadzonych badań w naukach o zarządzaniu oraz w zakresie kultury w Europie i na świecie.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	Zaliczenie

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak.



Antropologia organizacji (ćwiczenia)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.210.5cc85949c19db.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z podstawami antropologii organizacji, możliwościami badania organizacji jako kultury i dyskusja możliwości kształtowania kultury organizacyjnej.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	student rozumie sposób badania organizacji	ZMR_K2_W01	projekt
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	skonstruować i użyć kwestionariusza do badań terenowych	ZMR_K2_U01	projekt
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	prowadzenia badań terenowych.	ZMR_K2_K07	projekt

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przeprowadzenie badań empirycznych	30	
przygotowanie raportu	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Ćwiczenia prowadzone w wybranych organizacjach, podjęte zostaną próby opisanie ich w kategoriach antropologicznych w oparciu o przeprowadzone badania.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

dyskusja, analiza przypadków, udział w badaniach, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	projekt	Przeprowadzenie badań i praca pisemna (przygotowanie kwestionariusza do badań, przedstawienie kwestionariusza, praca pisemna podsumowująca. Praca pisemna do 8 stron)

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Etyka reklamy i problemy konsumpcji

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzrS.210.5cc0347dd4867.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Ćwiczenia z przedmiotu "Etyka reklamy i problemy konsumpcji" wprowadzają w wymiarze praktycznym w świat refleksji etycznej nad komunikacją reklamową oraz w uniwersum problemów konsumpcji, w zakresie synchronicznym i diachronicznym, celem uwrażliwienia studentów na omawiane zagadnienia oraz przygotowania do konfrontacji z nimi na gruncie zawodowym w ramach zarządzania mediami i reklamą.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	istotę praktycznego wymiaru zjawisk z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji w rzeczywistości organizacyjnej na gruncie zarządzania mediami i reklamą.	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11	prezentacja
W2	podstawowe metody i techniki stosowane w reklamie w ich ujęciu etycznym i związanym z problemami konsumpcji w obszarze zarządzania mediami i reklamą	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11	prezentacja
W3	historię rozwoju myśli etycznej dotyczącej zarządzania i organizowania, w szczególności zaś reklamy i konsumpcji w odniesieniu do zarządzania mediami i reklamą.	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11	prezentacja
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	, dzięki rozbudzonej wrażliwości etycznej, diagnozować przy pomocy kategorii etycznych rozwiązania stosowane w praktyce życia organizacyjnego, w szczególności w zakresie zarządzania mediami i reklamą.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U10, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	prezentacja
U2	dostrzegać, definiować i poddawać krytycznej analizie formę, treść, kontekst i znaczenie komunikacji reklamowej i zjawisk z zakresu konsumpcji dóbr i usług na gruncie zarządzania mediami i reklamą.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U10, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	prezentacja
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	samodzielnego i krytycznego uzupełniania i zdobywania wiedzy i umiejętności w zakresie etyki reklamy i problemów konsumpcji na gruncie zarządzania mediami i reklamą oraz w wymiarze interdyscyplinarnym.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K09	prezentacja
K2	samodzielnego wykorzystania narzędzi refleksji z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji przy realizacji projektów lub brania udziału w pracach zespołów związanych z zarządzaniem mediami i reklamą.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K09	prezentacja

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	20	
przygotowanie do zajęć	70	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie, zajęcia organizacyjne, prezentacja programu zajęć, podział zadań	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
2.	Konsumpcja, konsumpcjonizm, etyczna konsumpcja, antyglobalizm, alterglobalizm, zrównoważony rozwój, makdonaldyzacja kultury	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
3.	Mieć czy być. Historyczny rozwój refleksji z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji - cz. 1	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
4.	Historyczny rozwój refleksji z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji - cz. 2	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
5.	Witajcie w Antropocenie. Kryzys klimatyczny - cz. 1	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
6.	Dobrobyt bez wzrostu i względność ekonomii. Kryzys klimatyczny - cz. 2	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
7.	Kapitał w XXI wieku. Nierówności społeczne, dochodowe, majątkowe - cz. 1	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
8.	Nierówności społeczne, dochodowe, majątkowe - cz. 2	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2

9.	Zarządzanie humanistyczne, współczesne wrażliwe etycznie ruchy społeczne	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
10.	Nurt krytyczny zarządzania, marketing krytyczny	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
11.	Krytyczna teoria nowych mediów	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
12.	Kodeks etyki reklamy, dobre praktyki z zakresu marketingu szepanego	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
13.	Studia przypadków z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji na gruncie krajowym i międzynarodowym	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
14.	Studia przypadków z zakresu etyki reklamy i problemów konsumpcji na gruncie krajowym i międzynarodowym	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2
15.	Podsumowanie, uzupełnienie, zaliczenie	W1, W2, W3, U1, U2, K1, K2

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, metoda sytuacyjna, seminarium, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	prezentacja	Do zaliczenia wymagane jest spełnienie kryterium obecności. * studium przypadku reklamy/kampanii reklamowej itp. wątpliwej z perspektywy etycznej - 15% oceny * referat/prezentacja - 35% oceny * przygotowanie, zaangażowanie, aktywność na zajęciach - 50% oceny Punktacja: 3 = 56-64% 3,5 = 65-73% 4 = 74-82% 4,5 = 83-91% 5 = 92-100%

Prawo autorskie w praktyce
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.210.5cc034793085d.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki prawne</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo</p>
--	--

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 4.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Założeniem kursu jest zapoznanie studentów z problematyką ochrony własności intelektualnej poprzez omówienie wybranych praktycznych zagadnień z zakresu prawa autorskiego i praw pokrewnych.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	student zna system prawny w Polsce odnoszący się do ochrony prawa autorskiego; rozumie konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	ZMR_K2_W06	egzamin pisemny

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	zastosować przepisy prawne w praktyce	ZMR_K2_U10, ZMR_K2_U19	egzamin pisemny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	krytycznej oceny i interpretacji wybranych zagadnień prawnych	ZMR_K2_K07	egzamin pisemny

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie do egzaminu	4	
uczestnictwo w egzaminie	1	
rozwiązywanie kasusów	30	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 105	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Utwór - liczne przykłady będące przedmiotem sporów sądowych bądź stanowiące dobrą ilustrację trudności w interpretacjach autorskoprawnych	W1, U1, K1
2.	Utwór samoistny, zależny, inspirowany - różnice	W1, U1, K1
3.	Twórca, twórczość pracownicza, plagiat, autoplgiat	W1, U1, K1
4.	Dozwolony użytek	W1, U1, K1
5.	Umowy z zakresu prawa autorskiego	W1, U1, K1
6.	Domena publiczna	W1, U1, K1
7.	Prawo do wizerunku	W1, U1, K1
8.	Prawo do fotografii	W1, U1, K1
9.	Prawo autorskie w muzyce	W1, U1, K1
10.	Prawa pokrewne	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, burza mózgów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny	Test pisemny- analiza prawna konkretnych przykładów

Wymagania wstępne i dodatkowe

Podstawowa wiedza z zakresu prawa autorskiego i praw pokrewnych

Zarządzanie różnorodnością w organizacji

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.210.5cc0347f9f31f.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 5.0</p>
-----------------------------------	--	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć jest zapoznanie słuchaczy i słuchaczek z zagadnieniami i praktycznymi aspektami dotyczącymi zarządzania różnorodnością i zarządzania w różnorodności. Zajęcia mają przede wszystkim dać odpowiedź na kluczowe pytania o to, jak w sposób świadomy budować inkluzywną, otwartą na innowacje i wrażliwą na potrzeby różnorodnych grup społecznych, kulturę organizacyjną, a poprzez to - jak osiągać lepsze wyniki dzięki różnorodności.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	Uczestnik / uczestniczka zajęć zna i rozumie: • Pojęcia charakterystyczne dla zarządzania różnorodnością. • Znaczenie poszczególnych wymiarów różnorodności dla zarządzania (wiek, płeć, etniczność, niepełnosprawność, LGBTQ+ etc.). • Korzyści i uzasadnienie biznesowe dla zarządzania różnorodnością. • Dobre praktyki z zakresu zarządzania różnorodnością w sektorze kultury i mediów.	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W10	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	Uczestnik / uczestniczka zajęć potrafi: • Przedstawić uzasadnienie biznesowe dla zarządzania różnorodnością. • Udowodnić osiągnięcie spodziewanych korzyści biznesowych z zarządzania różnorodnością.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U10, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U18	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	Uczestnik / uczestniczka zajęć • Krytycznie podchodzi do działań w obszarze zarządzania różnorodnością, szczególnie w kontekście tzw. dobrych praktyk. • Zyskuje kompleksowe spojrzenie na działalności organizacji kultury i mediów w obszarze zarządzania różnorodnością. • Rozwija swoje kompetencje w obszarze otwartości na różnorodność i kompetencje w obszarze inkuzywności.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K08, ZMR_K2_K09, ZMR_K2_K10	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	30	
przygotowanie do ćwiczeń	30	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30	
konsultacje	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 130	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	W trakcie zajęć omówione zostaną podstawowe zagadnienia związane z zarządzaniem różnorodnością (związaną np. z płcią, wiekiem, pochodzeniem, orientacją seksualną, (nie)pełnosprawnością). Omówiona zostanie również ustawa o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami. Szczególna uwaga w trakcie zajęć zostanie zwrócona na organizacje kultury i mediów.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, burza mózgów, metoda sytuacyjna, metoda projektów, analiza tekstów, gra dydaktyczna, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Warunki zaliczenia przedmiotu zostaną podane na pierwszych zajęciach.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Prawo pracy
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.210.5cab068460f55.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki prawne
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 2.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	przekazanie wiedzy w zakresie obowiązujących rozwiązań normatywnych w dziedzinie prawa pracy
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	potrzebę stosowania rozwiązań normatywnych w stosunkach pracownik - pracodawca	ZMR_K2_W03	egzamin pisemny, kasus
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	definiować pojęcia stosowane w ustawach i aktach wykonawczych	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U10, ZMR_K2_U20	egzamin pisemny, kasus
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	weryfikacji proponowanych rozwiązań i krytycznej oceny procesu argumentacji w oparciu o wiedzę prawniczą.	ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	egzamin pisemny, kasus

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
przygotowanie do egzaminu	40	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Prawo pracy jako dziedzina prawa	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny, kasus	test końcowy

Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza podstawowa w zakresie obowiązujących rozwiązań prawnych



Prawo zamówień publicznych
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.210.5cac67c8bd265.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki prawne
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 2.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	reguły dotyczące dystrybuowania środkami publicznymi	ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W06	egzamin pisemny
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	dokonywać wyboru właściwych trybów procedowania i stosować je w wymiarze praktycznym	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U07	egzamin pisemny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	analizy istniejącego stanu prawnego względem zdarzeń mających miejsce w praktyce w obszarze racjonalizowania polityki finansowej instytucji publicznych	ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K07	egzamin pisemny
----	---	---------------------------	-----------------

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
przygotowanie do egzaminu	40	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Systemowe rozwiązania w zakresie realizowania polityki finansowej w instytucjach publicznych.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny	pozytywna ocena z testu końcowego

Wymagania wstępne i dodatkowe

Podstawowa wiedza w zakresie prawa



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

English for Culture and Media Management B2+
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.230.623af0867e89b.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Angielski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Językoznawstwo
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0231 Nauka języków
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 1	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 0.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć lektorat: 30	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć lektorat: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Rozwijanie umiejętności rozumienia i analizy tekstów ustnych i pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku.
C2	Rozwijanie umiejętności wypowiedzania się w formie ustnej i pisemnej na tematy związane ze studiowanym kierunkiem.
C3	Rozwijanie znajomości słownictwa właściwego dla studiowanego kierunku.
C4	Rozwijanie umiejętności prowadzenia interakcji ustnej i pisemnej.
C5	Rozwijanie umiejętności mediacji językowej w komunikacji ustnej i pisemnej.
C6	Rozwijanie umiejętności kontynuowania samodzielnego kształcenia językowego.
C7	Rozwijanie kompetencji pozajęzykowych umożliwiających uczestnictwo w życiu akademickim i zawodowym.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	słownictwo specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku studiów w zakresie pozwalającym na w miarę swobodne użycie języka w mowie i piśmie	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W11, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W2	rodzaje tekstów ustnych i pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W3	potrzebę uczenia się przez całe życie oraz sposoby samokształcenia językowego w celu osiągnięcia sukcesu zawodowego	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W4	elementy języka akademickiego właściwego dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	zrozumieć główne treści wykładów i innych wypowiedzi na tematy związane z życiem zawodowym i akademickim	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U2	zrozumieć główne treści artykułów naukowych i popularnonaukowych oraz innych wypowiedzi pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U3	wyrazić w formie pisemnej i ustnej opinie na tematy związane ze studiowanym kierunkiem i poprzeć je argumentami	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U4	streścić teksty, wykłady lub inne wystąpienia związane ze studiowanym kierunkiem	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U5	opisać i zinterpretować dane przedstawione w formie graficznej	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U09	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

U6	napisać tekst o charakterze akademickim i/lub zawodowym właściwy dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U7	przedstawić zagadnienia związane ze studiowanym kierunkiem wypowiedziach ustnych różnego typu, np. w wystąpieniach publicznych, rozmowach formalnych i nieformalnych	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U8	przewodzić interakcję ustną i pisemną w typowych sytuacjach zawodowych i w środowisku akademickim	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U9	stosować mediację językową w komunikacji ustnej i pisemnej	ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U10	samodzielnie rozwijać kompetencje językowe	ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U11	przygotować się do procesu rekrutacji	ZMR_K2_U12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	współdziałania w grupie, akceptując różnorodność postaw i opinii oraz budując relacje oparte na poszanowaniu wielokulturowości	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K06	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
K2	wzięcia udziału w życiu akademickim, zawodowym i społecznym, dzieląc się wiedzą i popularyzując wiedzę	ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K09	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

K3	interpretacji i oceny informacji i argumentów, wyciągania wniosków, rozpoznawania stanowisk oraz do prezentacji własnego punktu widzenia w sposób spójny i zrozumiały	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
K4	wzięcia udziału w procesie rekrutacji	ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K08, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

Bilans punktów ECTS

Semestr 1

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	30	
przygotowanie do zajęć	10	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
poznanie terminologii obcojęzycznej	5	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 0.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 2

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	30	
przygotowanie do zajęć	5	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
poznanie terminologii obcojęzycznej	5	
rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania	5	
przygotowanie do egzaminu	10	

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Analiza wybranych kierunkowych wykładów i wystąpień.	W1, W2, U1, U4, K2, K4
2.	Analiza wybranych kierunkowych artykułów naukowych i popularnonaukowych.	W1, W4, U2, U4, U5, K2, K4
3.	Tworzenie tekstów akademickich i właściwych dla studiowanego kierunku: a report, an opinion essay.	W1, W2, W4, U3, U5, U6, U8, U9, K2, K3
4.	Wypowiedź ustna o charakterze akademickim/ zawodowym związanym ze studiowanym kierunkiem.	W1, W2, W4, U3, U7, U8, U9, K1, K2, K3
5.	Przygotowanie do procesu rekrutacji, związanego z ubieganiem się o pracę (staż, grant).	W3, U11, U8, K4
6.	Tematyka i słownictwo specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku: <ul style="list-style-type: none"> - advertising and marketing - social media - social media marketing - festivals and other culture events - image management - art (film, theatre, literature, music) - culture institutions (museums, art galleries) - culture online - business English 	W1, W2, W4, U1, U10, U2, K2
7.	Opcjonalnie wybrane zagadnienia gramatyczne związane z realizowanymi treściami.	W3, W4, U10, K2

Informacje rozszerzone

Semestr 1

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, metody e-learningowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	zaliczenie na ocenę	Każdy semestr nauki na lektoracie języka obcego kończy się zaliczeniem na ocenę, a cały kurs egzaminem. Zaliczenie: Zdobyć minimum 60% punktów możliwych do uzyskania w ciągu semestru z testów (rozumienie ze słuchu, rozumienie tekstu pisanego, użycie słownictwa), prac pisemnych i wypowiedzi ustnych (wygłoszenie prezentacji, udział w dyskusji) Obowiązkowa obecność na zajęciach. W semestrze student może bez usprawiedliwienia opuścić: dwa spotkania.

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, metody e-learningowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny	Warunkiem otrzymania zaliczenia jest spełnienie następujących wymogów: Zdobyć minimum 60% punktów możliwych do uzyskania w ciągu semestru z testów, prac pisemnych i wypowiedzi ustnych. Obowiązkowa obecność na zajęciach. W semestrze student może bez usprawiedliwienia opuścić: dwa spotkania, jeśli zajęcia odbywają się raz w tygodniu (30 godz. w semestrze), cztery spotkania, jeśli zajęcia odbywają się w dwa razy w tygodniu (60 godz. w semestrze). Zaliczenie testu rozumienia ze słuchu oraz wygłoszenie prezentacji. Egzamin składa się z części pisemnej i ustnej. Warunkiem zaliczenia egzaminu jest uzyskanie minimum 60% punktów zarówno za część pisemną jak i ustną. Do części ustnej egzaminu mogą przystąpić studenci, którzy zdali część pisemną. Ocena końcowa obliczana jest przez dodanie wyników punktowych uzyskanych z części pisemnej i ustnej, z zastrzeżeniem dotyczącym systemu premii, przewidzianego dla studentów uczestniczących w lektoracie organizowanym przez JCJ. W przypadku uzyskania oceny pozytywnej z egzaminu, ocena ta może zostać podwyższona o 1 stopień, zgodnie ze skalą ocen wynikającą z Regulaminu studiów, pod warunkiem, że student przed podejściem do egzaminu uczestniczył w zajęciach lektoratu organizowanych przez JCJ, bezpośrednio poprzedzających egzamin i uzyskał w ramach tych zajęć zaliczenie wszystkich semestrów przewidzianych programem studiów, zgodnie z wymogami zaliczenia opisanymi w sylabusie.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Biegłość językowa na poziomie B2 zgodnie ze skalą Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego: znajomość zasad gramatycznych i leksykalnych koniecznych do osiągnięcia biegłości na poziomie B2 w języku obcym, umiejętność komunikowania się w mowie i w piśmie w sytuacjach życia codziennego oraz uniwersyteckiego na poziomie B2.



UNIwersytet
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

English for Culture and Media Management C1+

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.230.623af0868b4fc.23</p> <p>Języki wykładowe Angielski</p> <p>Dyscypliny Językoznawstwo</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0231 Nauka języków</p>
---	---

<p>Okres Semestr 1</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć lektorat: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 0.0</p>
-----------------------------------	---	---

<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć lektorat: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 4.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Doskonalenie umiejętności rozumienia i analizy tekstów ustnych i pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku.
C2	Doskonalenie umiejętności wypowiadania się i prezentowania w formie ustnej i pisemnej zagadnień właściwych dla studiowanego kierunku.
C3	Rozwijanie słownictwa właściwego dla studiowanego kierunku.
C4	Doskonalenie umiejętności prowadzenia interakcji ustnej i pisemnej.
C5	Doskonalenie umiejętności mediacji językowej w komunikacji ustnej i pisemnej.
C6	Doskonalenie umiejętności kontynuowania samodzielnego kształcenia językowego.
C7	Rozwijanie kompetencji pozajęzykowych umożliwiających uczestnictwo w życiu akademickim i zawodowym.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	słownictwo specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku studiów w zakresie pozwalającym na swobodne użycie języka w mowie i piśmie	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W11, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W2	rodzaje tekstów ustnych i pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W3	potrzebę uczenia się przez całe życie oraz sposoby samokształcenia językowego w celu osiągnięcia sukcesu zawodowego	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
W4	elementy języka akademickiego właściwego dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	zrozumieć złożone treści wykładów i innych wypowiedzi na tematy związane z życiem zawodowym i akademickim	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U2	zrozumieć złożone treści artykułów naukowych i popularnonaukowych oraz innych wypowiedzi pisemnych właściwych dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U3	wyrazić w formie pisemnej i ustnej opinie na tematy związane ze studiowanym kierunkiem i poprzeć je argumentami	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U4	streścić dłuższe, złożone teksty i wykłady akademickie lub inne wystąpienia związane ze studiowanym kierunkiem	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U5	opisać i zinterpretować dane przedstawione w formie graficznej	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

U6	napisać tekst o charakterze akademickim i/lub zawodowym właściwy dla studiowanego kierunku	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U7	przedstawić zagadnienia związane ze studiowanym kierunkiem w wypowiedziach ustnych różnego typu, np. w wystąpieniach publicznych, rozmowach formalnych i nieformalnych	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U8	prowadzić interakcję ustną i pisemną w typowych sytuacjach zawodowych i w środowisku akademickim	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U20	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U9	stosować mediację językową w komunikacji ustnej i pisemnej	ZMR_K2_U12, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U16, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U10	samodzielnie rozwijać kompetencje językowe	ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
U11	przygotować się do procesu rekrutacji	ZMR_K2_U12	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	współdziałania w grupie, akceptując różnorodność postaw i opinii oraz budując relacje oparte na poszanowaniu wielokulturowości	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K06	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
K2	udziału w życiu akademickim, zawodowym i społecznym, dzieląc się wiedzą i popularyzując wiedzę	ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K09	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
K3	kontynuowania samokształcenia językowego	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

K4	interpretacji i oceny informacji i argumentów, wyciągania wniosków, rozpoznawania stanowisk oraz do prezentacji własnego punktu widzenia w sposób spójny i zrozumiały	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny
K5	wzięcia udziału w procesie rekrutacji	ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K08, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny

Bilans punktów ECTS

Semestr 1

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	30	
przygotowanie do zajęć	10	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
poznanie terminologii obcojęzycznej	5	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	5	
rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 0.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 2

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
lektorat	30	
przygotowanie do zajęć	5	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	5	
poznanie terminologii obcojęzycznej	5	
rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania	5	
przygotowanie do egzaminu	10	

Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Analiza wybranych kierunkowych wykładów i wystąpień.	W1, W2, U1, U4, K2, K4
2.	Analiza wybranych kierunkowych artykułów naukowych i popularnonaukowych.	W1, W4, U2, U4, U5, K2, K4
3.	Tworzenie tekstów akademickich i właściwych dla studiowanego kierunku: a report (a proposal), an opinion essay.	W1, W2, W4, U3, U5, U6, U8, U9, K2, K4
4.	Wypowiedź ustna o charakterze akademickim/ zawodowym związana ze studiowanym kierunkiem.	W1, W2, W4, U3, U7, U8, U9, K1, K2, K4
5.	Przygotowanie do procesu rekrutacji, związanego z ubieganiem się o pracę (staż, grant).	W3, U11, U8, K5
6.	Tematyka i słownictwo specjalistyczne właściwe dla studiowanego kierunku: <ul style="list-style-type: none"> - advertising and marketing - social media - social media marketing - festivals and other culture events - image management - art (film, theatre, literature, music) - elements of art history - culture institutions (museums, art galleries) - culture online - fandom studies - business English 	W1, W2, W4, U1, U10, U2, K2, K3
7.	Opcjonalnie wybrane zagadnienia gramatyczne związane z realizowanymi treściami.	W3, W4, U10, K3

Informacje rozszerzone

Semestr 1

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, metody e-learningowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	zaliczenie na ocenę	Każdy semestr nauki na lektoracie języka obcego kończy się zaliczeniem na ocenę, a cały kurs egzaminem. Zaliczenie: Zdobyć minimum 60% punktów możliwych do uzyskania w ciągu semestru z testów (rozumienie ze słuchu, rozumienie tekstu pisanego, użycie słownictwa), prac pisemnych i wypowiedzi ustnych (wygłoszenie prezentacji, udział w dyskusji) Obowiązkowa obecność na zajęciach. W semestrze student może bez usprawiedliwienia opuścić: dwa spotkania.

Semestr 2

Metody nauczania:

analiza tekstów, burza mózgów, wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, gra dydaktyczna, metody e-learningowe, konsultacje

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
lektorat	zaliczenie na ocenę, egzamin pisemny / ustny	Warunkiem otrzymania zaliczenia jest spełnienie następujących wymogów: Zdobyć minimum 60% punktów możliwych do uzyskania w ciągu semestru z testów, prac pisemnych i wypowiedzi ustnych. Obowiązkowa obecność na zajęciach. W semestrze student może bez usprawiedliwienia opuścić: dwa spotkania, jeśli zajęcia odbywają się raz w tygodniu (30 godz. w semestrze), cztery spotkania, jeśli zajęcia odbywają się w dwa razy w tygodniu (60 godz. w semestrze). Zaliczenie testu rozumienia ze słuchu oraz wygłoszenie prezentacji. Egzamin Składa się z części pisemnej i ustnej. Warunkiem zaliczenia egzaminu jest uzyskanie minimum 60% punktów zarówno za część pisemną jak i ustną. Do części ustnej egzaminu mogą przystąpić studenci, którzy zdali część pisemną. Ocena końcowa obliczana jest przez dodanie wyników punktowych uzyskanych z części pisemnej i ustnej, z zastrzeżeniem dotyczącym systemu premii, przewidzianego dla studentów uczestniczących w lektoracie organizowanym przez JCJ. W przypadku uzyskania oceny pozytywnej z egzaminu, ocena ta może zostać podwyższona o 1 stopień, zgodnie ze skalą ocen wynikającą z Regulaminu studiów, pod warunkiem, że student przed podejściem do egzaminu uczestniczył w zajęciach lektoratu organizowanych przez JCJ, bezpośrednio poprzedzających egzamin i uzyskał w ramach tych zajęć zaliczenie wszystkich semestrów przewidzianych programem studiów, zgodnie z wymogami zaliczenia opisanymi w sylabusie.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Biegłość językowa na poziomie C1 zgodnie ze skalą Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego: znajomość zasad gramatycznych i leksykalnych koniecznych do osiągnięcia biegłości na poziomie C1 w języku obcym, umiejętność komunikowania się w mowie i w piśmie w sytuacjach życia codziennego oraz uniwersyteckiego na poziomie C1.

Kultura cyfrowa: literatura elektroniczna, demoscena, gry, sztuka mediów

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.220.5cc6f8059fc3f.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o sztuce</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0288 Interdyscyplinarne programy i kwalifikacje obejmujące sztukę i przedmioty humanistyczne</p>
---	---

<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 4.0</p>
-----------------------------------	--	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie się studentów z wybranymi polami produkcji kulturowej w obszarze mediów cyfrowych: grami wideo, literaturą elektroniczną, sztuką mediów I demosceną. Szczególny nacisk kładziony jest na omówienie wybranych platform, na których realizowane są utwory cyfrowe.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	student zna podstawową literaturę przedmiotu dotyczącą problematyki kultury cyfrowej.	ZMR_K2_W02	projekt

W2	student zna wyznaczniki dzieła cyfrowego.	ZMR_K2_W02	projekt
W3	student ma uporządkowaną wiedzę na temat gatunków cyfrowych	ZMR_K2_W02	projekt
W4	student ma pogłębioną wiedzę na temat nowych form partycypacji w kulturze cyfrowej	ZMR_K2_W02	projekt
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	przygotować analizę wybranego utworu cyfrowego.	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U13	projekt
U2	student sprawnie posługuje się narzędziami teoretycznymi do analizy utworów cyfrowych	ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U13	projekt
U3	przygotowywać wystąpienia ustne dotyczące utworów cyfrowych	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U13	projekt
U4	omówić wybraną platformę, na której realizowane są utwory cyfrowe	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U07	projekt
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	student jest gotów samodzielnie interpretować utwory cyfrowe	ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07	projekt
K2	student jest gotów współpracować z zespołem złożonym z uczestników o zróżnicowanej specjalizacji.	ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K05	projekt
K3	student jest gotów podnosić swoje kompetencje w zakresie rozumienia procesów cyfrowej transformacji	ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K05	projekt
K4	student jest gotów współtworzyć cyfrowe teksty kultury	ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K09	projekt

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	30	
przygotowanie referatu	10	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	I część kursu "WPROWADZENIE DO KULTURY CYFROWEJ" W ramach pierwszej części kursu studenci poznają wybrane gatunki cyfrowe, uczą się o roli platform, poznają różnice między poszczególnymi polami ekspresji cyfrowej.	W1, W2, W3, W4, U1, U2, K1, K2, K3
2.	II część kursu "PLATFORMY" Zajęcia prowadzone są w laboratorium, w którym zgromadzono wybrane platformy (komputery i konsole). W ramach tej części studenci prezentują wybrane platformy i zrealizowane na nie utwory cyfrowe. Studenci mają możliwość wyprodukowania utworu cyfrowego na danej platformie.	W3, U3, U4, K2, K3, K4

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza tekstów, metoda projektów, wykład konwersatoryjny, dyskusja, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	projekt	przygotowanie projektu z użyciem oryginalnej platformy, na której produkowane były utwory cyfrowe (np. komputer 8 bitowy, konsola przenośna id).

Wymagania wstępne i dodatkowe

niezależność intelektualna, znajomość języka angielskiego

Podstawy reklamy
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzrS.220.5cc0347e32f03.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	--

Okres Semestr 2	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	Liczba punktów ECTS 4.0
---------------------------	---	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z najważniejszymi zjawiskami i procesami zachodzącymi w obrębie reklamy
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	zna i rozumie zasady reklamy kultury i mediów	ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W08	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	umiejętnie wyrazić krytyczną refleksję nad tekstami na temat zarządzania, dziejów kultury oraz mediów	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U06	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	uzupełniania i doskonalenia nabytej wiedzy i umiejętności. dzięki zdobytej wiedzy rozumie i potrafi oceniać krytycznie oraz interpretować wydarzenia kulturalne oraz przekazy medialne.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	90	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Informacje o reklamie i pojęciach pokrewnych, w których istotną rolę odgrywają oddziaływania perswazyjne, takie jak na przykład propaganda i public relations. Kanały rozpowszechniania treści reklamowych. Rola opakowania w reklamie oraz znaczenie marki i znaku firmowego w przekazach reklamowych. Reklama zewnętrzna. Badanie odbioru i wpływu treści reklamowych na odbiorców. Techniki perswazyjne stosowane w reklamie.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	Zaliczenie

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Prawo mediów
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie mediami	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.220.5cc0347c20265.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki prawne
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	podstawowe uregulowania prawa mediów; rozumieć i definiować pojęcia stosowane w ustawach i aktach wykonawczych	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W03, ZMR_K2_W08	zaliczenie pisemne
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddać krytycznej analizie różnego rodzaju przekazy kultury współczesnej, analizując je pod różnym kątem (język, kontekst kulturowy, treści merytoryczne, wymiar estetyczny, kontekst prawny)	ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07	zaliczenie pisemne
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	działania w sposób przedsiębiorczy.	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K07	zaliczenie pisemne
----	-------------------------------------	---------------------------	--------------------

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
analiza orzecznictwa	70	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1. Pojęcie i zakres przedmiotowy regulacji medialnych a). akty prawa międzynarodowego b). Rada Europy c). Unia Europejska	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie pisemne	test końcowy

Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza w zakresie podstawowym dotycząca pojęć podstawowych z dziedziny prawa medialnego



Prawo kultury (konwersatorium)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.220.5cc8594a1e5fd.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki prawne
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 2.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Po zakończeniu wykładów, student powinien znać podstawowe zapisy i regulacje wybranych aktów prawnych dotyczących funkcjonowania i działalności instytucji kultury w Polsce
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	student zna podstawowe zapisy i regulacje wybranych aktów prawnych dotyczących funkcjonowania i działalności instytucji kultury w Polsce oraz rozumie i definiuje pojęcia stosowane w ustawach i aktach wykonawczych	ZMR_K2_W04	zaliczenie pisemne
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddawać krytycznej analizie prawne uwarunkowania dotyczące funkcjonowania instytucji kultury	ZMR_K2_U10	zaliczenie pisemne
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	student jest gotów analizować procesy i zjawiska kulturalne w ich prawnym kontekście	ZMR_K2_K08	zaliczenie pisemne

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	15	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	15	
przygotowanie się do sprawdzianu zaliczeniowego	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 55	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Organizowanie i prowadzenie działalności kulturalnej - regulacje prawne	W1, U1, K1
2.	Uwarunkowania prawne w wybranych instytucjach kultury: muzeach i bibliotekach	W1, U1, K1
3.	System ochrony zabytków i opieki nad zabytkami	W1, U1, K1
4.	Podstawy prawa filmowego	W1, U1, K1
5.	Uwarunkowania prawne organizacji imprez artystycznych i rozrywkowych	W1, U1, K1
6.	Instytucje kultury w strukturach organizacji pozarządowych	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, wykład z prezentacją multimedialną, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie pisemne	zaliczenie pisemne

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Prawo reklamy
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie reklamą	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzrS.220.5cac82c4bd633.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki prawne
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	znaczenie aktywności marketingowej w działalności przedsiębiorstw	ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W08	zaliczenie pisemne
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	dokonać egzegezy aktów prawnych	ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U20	zaliczenie pisemne
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	oceny prowadzonych działań z punktu widzenia normatywnego	ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	zaliczenie pisemne
----	---	---------------------------	--------------------

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
przygotowanie do egzaminu	70	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 85	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Normatywny wymiar pojęcia reklamy	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie pisemne	test końcowy

Wymagania wstępne i dodatkowe

Wiedza podstawowa z zakresu prawa



Zarządzanie organizacją medialną
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie mediami	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.220.5cc0347c37de3.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie uczestników z problematyką zarządzania organizacją medialną w kontekście funkcjonowania polskiego rynku medialnego.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	student zna system prawny regulujący działalność organizacji medialnych w Polsce.	ZMR_K2_W06, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W11	zaliczenie na ocenę
W2	student rozumie w pogłębionym stopniu zna i rozumie znaczenie zasad, reguł, misji i celów organizacji medialnych zarówno publicznych, jak i prywatnych	ZMR_K2_W03	zaliczenie na ocenę
W3	absolwent posiada pogłębioną wiedzę dotyczącą miejsca i znaczenia zarządzania organizacjami mediów na gruncie nauk społecznych, aktualnego stanu i kierunków rozwoju.	ZMR_K2_W01	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	potrafi poddać krytycznej obserwacji organizacje medialne oraz wyciągać z niej wnioski.	ZMR_K2_U02	zaliczenie na ocenę
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnego zdobywania wiedzy i poszerzania umiejętności profesjonalnych związanych ze sferą działalności medialnej.	ZMR_K2_K01	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	20	
zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
przeprowadzenie badań literaturowych	10	
przygotowanie do ćwiczeń	10	
rozwiązywanie testów i zadań zamieszczonych na platformie zdalnego nauczania	10	
przygotowanie do sprawdzianu	20	
analiza i przygotowanie danych	5	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istota zarządzania mediami.	W1, W2, W3, U1, K1
2.	Polski rynek medialny - struktura, uwarunkowania społeczne-polityczne, konkurencja, modele zarządzania.	W1, W2, W3
3.	Prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów w Polsce.	W1, W2, W3, U1, K1
4.	Zarządzanie publicznym przedsiębiorstwem medialnym.	W1, W2, W3, U1, K1
5.	Media komercyjne w Polsce - najważniejsze problemy zarządzania.	W1, W2, W3
6.	Zarządzanie przedsiębiorstwem prasowym.	W1, W2, W3, U1, K1
7.	Radio jako obiekt zarządzania.	W1, W2, W3
8.	Zarządzanie na rynku usług audiowizualnych.	W1, W2, W3
9.	Zarządzanie organizacją medialną w kontekście zmian otoczenia zewnętrznego.	W1, W2, W3
10.	Konwergencja mediów, przyszłość mediów i zawodu dziennikarza.	W1, W2, W3
11.	Zarządzanie organizacją medialną - studia przypadków.	W1, W2, W3

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwencjonalny, analiza tekstów, metoda projektów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Przygotowanie projektu zgodnie z wytycznymi prowadzącego.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak.

Prawo kultury (ćwiczenia)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.220.5cc8594a39e44.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki prawne</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0421 Prawo</p>
---	---

Okres Semestr 2	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 15</p>	Liczba punktów ECTS 3.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Student rozumie zapisy i regulacje wybranych aktów prawnych dotyczących funkcjonowania i działalności instytucji kultury w Polsce i potrafi je zastosować w praktyce
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	student zna podstawowe zapisy i regulacje wybranych aktów prawnych dotyczących funkcjonowania i działalności instytucji kultury w Polsce oraz rozumie i definiuje pojęcia stosowane w ustawach i aktach wykonawczych	ZMR_K2_W04	zaliczenie pisemne
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddawać krytycznej analizie prawne uwarunkowania dotyczące funkcjonowania instytucji kultury	ZMR_K2_U10	zaliczenie pisemne
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	student jest gotów analizować procesy i zjawiska kulturalne w ich prawnym kontekście	ZMR_K2_K08	zaliczenie pisemne

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	15	
przygotowanie do ćwiczeń	15	
rozwiązywanie zadań problemowych	15	
rozwiązywanie kasusów	15	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Zarządzanie instytucją kultury w świetle zapisów ustawy o organizowaniu i prowadzeniu działalności kulturalnej	W1, U1, K1
2.	Podstawy prawne działania muzeów i bibliotek w praktyce	W1, U1, K1
3.	Ochrona zabytków i opieka nad zabytkami - praktyczne przykłady	W1, U1, K1
4.	Ustawa o kinematografii w świetle orzecznictwa	W1, U1, K1
5.	Uwarunkowania prawne organizacji imprez artystycznych i rozrywkowych w świetle orzecznictwa sądowego	W1, U1, K1
6.	Instytucje kultury w strukturach organizacji pozarządowych - w świetle zapisów ustawy o fundacjach i stowarzyszeniach	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie pisemne	zaliczenie pisemne

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Projektowanie badań naukowych
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.220.5cc03479b05e4.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest przygotowanie studentów do prowadzenia samodzielnych badań naukowych. W programie nacisk został położony na kwestie metodologiczne, co ma być pomocne w przygotowaniu poprawnych badań na potrzeby pisania pracy magisterskiej.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	metodologię nauk	ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W12	egzamin pisemny

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	poddać krytycznej analizie informacje pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U19, ZMR_K2_U20	egzamin pisemny
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	efektywnego organizowania swojej pracy i krytycznej oceny stopnia jej zaawansowania.	ZMR_K2_K10	egzamin pisemny

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
przygotowanie do egzaminu	20	
przygotowanie do zajęć	10	
przeprowadzenie badań literaturowych	10	
zapoznanie się z e-podręcznikiem	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Metodologia badawcza.	W1
2.	Prowadzenie badań: podejście praktyczne.	U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, wykład konwersatoryjny, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny	Egzamin pisemny

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Analiza audytoriów medialnych (konwersatorium)

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie mediami</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.220.5cc8594d9c9b6.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	--

Okres Semestr 2	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15</p>	Liczba punktów ECTS 2.0
---------------------------	---	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie uczestników z różnorodnymi sposobami prowadzenia badań audytoriów medialnych, jak również z wynikami takich badań. W ramach kursu uczestnicy zapoznawani będą z metodami i technikami badań ilościowych (badania odbiorców mediów realizowane przez podmioty działające w ramach Porozumienia Badaczy Mediów) i badań jakościowych prowadzonych w środowisku akademickim.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	student ma pogłębioną wiedzę z zakresu funkcjonowania organizacji medialnych	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W12	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	wyjaśnić społeczną rolę mediów i potrafi podać stosowne przykłady	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	dzięki zdobytej wiedzy rozumie i potrafi oceniać krytycznie oraz interpretować wydarzenia kulturalne oraz przekazy medialne	ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30	
przygotowanie się do sprawdzianu zaliczeniowego	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 50	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Istotność prowadzenia badań nad mediami z punktu widzenia zarządzania mediami	W1
2.	Pojęcie audytorium medialnego	W1, U1, K1
3.	Badanie czytelnictwa prasy	W1, U1, K1
4.	Badanie słuchalności radia	W1, U1, K1
5.	Badanie oglądalności telewizji	W1, U1, K1
6.	Pomiar widowni internetowej	W1, U1, K1
7.	Pomiar potencjału reklamy medialnej	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	zaliczenie na ocenę	test

Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość podstawowych pojęć z zakresu teorii i historii mediów.

Seminarium dyplomowe
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.2E0.5ca756b2af3d0.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 3.0</p>
-----------------------------------	---	---

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 7.0</p>
-----------------------------------	---	---

<p>Okres Semestr 4</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 10.0</p>
-----------------------------------	---	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	procesy związane z prowadzeniem badań naukowych.	ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W12	wyniki badań, zaliczenie
W2	współczesną myśl humanistyczną w pogłębionym zarysie, co pozwala na świadome odnoszenia się do zjawisk świata kultury	ZMR_K2_W12	wyniki badań, zaliczenie
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	gromadzić i selekcjonować zgromadzony materiał empiryczny	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U11, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15, ZMR_K2_U19	wyniki badań, zaliczenie
U2	integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk o zarządzaniu	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U05, ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U19	wyniki badań, zaliczenie
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	inspirowania oraz organizowania procesu uczenia się innych osób i realizowania własnych potrzeb w zakresie rozszerzania horyzontów wiedzy.	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K07	wyniki badań, zaliczenie
K2	inspirowania oraz organizowania procesu uczenia się innych osób i realizowania własnych potrzeb w zakresie rozszerzania horyzontów wiedzy.	ZMR_K2_K07	wyniki badań, zaliczenie
K3	przyjęcia roli moderatora dyskusji, w której prezentowane są różne poglądy, dbając o zachowanie wysokiego poziomu merytorycznego	ZMR_K2_K04	wyniki badań, zaliczenie

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	200	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 230	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	200	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 230	ECTS 7.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie pracy dyplomowej	110	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 140	ECTS 10.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Proponowany zakres tematyczny prac magisterskich w głównej mierze uzależniony będzie od pasji poznawczej seminarzystów, aczkolwiek dotyczyć może następujących zagadnień ogólnych: zarządzania w mediach, zarządzanie w reklamie, zarządzanie kulturą organizacyjną; zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji; zarządzania publicznego; zarządzania w biznesie muzycznym.	W1, W2, U1, U2, K1, K2, K3

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

konsultacje, seminarium, metoda projektów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie	Warunkiem zaliczenia pierwszego semestru jest wybór terenu badawczego i uzyskanie zgody na przeprowadzenie badań w wybranej organizacji, a także zaliczenie wprowadzenia (opis metodologii i stanu badań).

Semestr 3

Metody nauczania:

konsultacje, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie	Drugi i trzeci semestr poświęcony zostanie na przeprowadzenie badań terenowych, prezentację i konsultację wyników badań w trakcie seminarium oraz na napisanie pracy. Warunkiem zaliczenia drugiego semestru i całego kursu jest przedstawienie etnografii organizacji jako pracy magisterskiej

Semestr 4

Metody nauczania:

konsultacje, seminarium

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	wyniki badań, zaliczenie	Drugi i trzeci semestr poświęcony zostanie na przeprowadzenie badań terenowych, prezentację i konsultację wyników badań w trakcie seminarium oraz na napisanie pracy. Warunkiem zaliczenia drugiego semestru i całego kursu jest przedstawienie etnografii organizacji jako pracy magisterskiej

Analiza audytoriów medialnych (ćwiczenia)

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie mediami</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.220.5cc8594db77d6.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	--

Okres Semestr 2	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 15</p>	Liczba punktów ECTS 2.0
---------------------------	---	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie uczestników z różnorodnymi sposobami prowadzenia badań audytoriów medialnych, jak również z wynikami takich badań. W ramach kursu uczestnicy zapoznawani będą z metodami i technikami badań ilościowych i badań jakościowych prowadzonych w środowisku akademickim.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	student zna podstawowe metody gromadzenia i analizy danych w kontekście badania organizacji mediów.	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W12	zaliczenie
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	wyjaśnić społeczną rolę mediów i potrafi podać stosowne przykłady	ZMR_K2_U02	zaliczenie
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	dzięki zdobytej wiedzy student rozumie i potrafi oceniać krytycznie oraz interpretować wydarzenia kulturalne oraz przekazy medialne	ZMR_K2_K07	zaliczenie

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	15	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	25	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Badania jakościowe audytorium prasowego	W1, U1, K1
2.	Badania audytorium radiowego a zarządzanie organizacją medialną	W1, U1, K1
3.	Badania audytorium telewizyjnego a zarządzanie organizacją medialną	W1, U1, K1
4.	Badania jakościowe widowni telewizyjnej	W1, U1, K1
5.	Pomiar widowni internetowej i jego znaczenie	W1, U1, K1
6.	Badania jakościowe widowni internetowej	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, dyskusja, burza mózgów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie	przeprowadzenie analizy audytorium

Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość podstawowych terminów z zakresy teorii mediów.



Praktyka zawodowa
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.220.5ca75696b26b0.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 90	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Podniesienie kompetencji studenta w zakresie zarządzania instytucjami kultury i mediów
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	weryfikacja pozyskanej przez studenta wiedzy teoretycznej w wybranej organizacji.	ZMR_K2_W01	raport
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	wiedza praktyczna pozyskana przez studentów w trakcie praktyki ma na celu zwiększenie jego umiejętności w zakresie zarządzania instytucjami kultury i mediów.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U14	raport
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	wiedza praktyczna pozyskana przez studentów w trakcie praktyki ma na celu zwiększenie jego kompetencji w zakresie zarządzania instytucjami kultury i mediów.	ZMR_K2_K01	raport

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	90	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 90	ECTS 3.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	<p>Program praktyk powinien obejmować:</p> <p>A/ Ogólne zapoznanie się z instytucją/organizacją w zakresie prowadzonej przez nią działalności.</p> <p>B/ Szczegółowe zapoznanie się ze statutem instytucji/organizacji, jej strukturą organizacyjną, organizacją stanowisk pracy, regulaminem pracy oraz innymi dostępnymi regulaminami wewnętrznymi. Student powinien rozpoznać system informacyjny i metody komunikacji instytucji z klientem, stosowane techniki marketingowe.</p> <p>C/ Zaleca się aktywne formy realizacji praktyk, np.:</p> <p>a/ samodzielną realizację niewielkiego projektu,</p> <p>b/ współpracę przy realizacji większego, złożonego przedsięwzięcia,</p> <p>c/ pracę w zespole pracowników realizujących standardowe zadania,</p> <p>d/ przeprowadzenie analiz lub badań na potrzeby instytucji/organizacji przyjmującej studenta.</p>	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

praktyki

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	raport	sprawozdanie studenta lub poświadczenie pracodawcy o realizacji praktyk



Zarządzanie strategiczne (konwersatorium)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.220.5cc859464c086.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem realizacji zajęć jest przekazanie studentom wiedzy na temat współczesnych podejść do zarządzania strategicznego
C2	Celem jest rozwijanie bazowej wiedzy i porządkowanie materiału z bardzo obszernej literatury przedmiotu poprzez prezentacje, dyskusje

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	<p>na zakończenie uczestnik kursu: • ma pogłębioną wiedzę z zakresu funkcjonowania organizacji • zna reguły i zasady zarządzania strategicznego • ma pogłębioną wiedzę na temat teorii zarządzania strategicznego i szkół strategii • zna i rozumie konieczność poznawania koncepcji zarządzania strategicznego jako źródła wiedzy i inspiracji do oddziaływania na rozwój przedsiębiorstwa przez strategię • zna i poprawnie posługuje się profesjonalną terminologią z zakresu zarządzania strategicznego • precyzyjnie i wyczerpująco wyjaśnia miejsce, rolę, narzędzia analizy strategicznej w procesie zarządzania strategicznego • ma rozszerzoną wiedzę z zakresu budowania i wdrażania strategii przedsiębiorstwa • zna literaturę przedmiotu.</p>	<p>ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W12</p>	<p>egzamin pisemny / ustny</p>
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	<p>na zakończenie uczestnik kursu: • potrafi samodzielnie poszukiwać odpowiedzi na pojawiające się problemy zarządzania strategicznego • posiada umiejętność doboru, selekcji i oceny źródeł informacji strategicznych pozyskiwanych na potrzeby formułowania i wdrażania strategii przedsiębiorstwa • potrafi zastosować metody i narzędzia stosowane w zarządzaniu strategicznym • posiada umiejętność w zakresie wykorzystania metod analizy strategicznej zarówno w odniesieniu do diagnozy potencjału przedsiębiorstwa, jak i elementów składowych otoczenia • posiada umiejętność w zakresie wyznaczania celów strategicznych przedsiębiorstwa oraz diagnozowania kluczowych czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa • posiada umiejętność w zakresie doboru i konstrukcji planów strategicznych oraz strategii przedsiębiorstwa na poziomie całej organizacji, jak i na poziomie funkcjonalnym • potrafi nawiązać współpracę z instytucjami lub organizacjami w zakresie pozyskiwania informacji strategicznej dla przedsiębiorstwa • potrafi wytyczać priorytety, określać spójne sposoby działania w ramach realizowanych zadań dotyczących konstrukcji strategii przedsiębiorstwa • ma świadomość wagi i możliwości wykorzystania narzędzi zarządzania strategicznego jako źródła konkurencyjności przedsiębiorstwa • rozumie konieczność badania stopnia rozwoju i oceny struktur zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie • potrafi samodzielnie przygotować wystąpienie ustne i pisemne poświęcone zagadnieniom związanym z problematyką zarządzania, w tym potrafi podczas wystąpienia dokonać oryginalnej, krytycznej analizy różnych koncepcji i wypracować własne stanowisko normatywne • potrafi przyjąć rolę moderatora dyskusji, w której prezentowane są różne poglądy, dbając o zachowanie wysokiego poziomu merytorycznego.</p>	<p>ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15</p>	<p>egzamin pisemny / ustny</p>
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	na zakończenie uczestnik kursu: • współpracuje w grupie biorąc odpowiedzialność za terminowe i rzetelne wykonanie powierzonych zadań • rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie • potrafi prawidłowo rozpoznać hierarchię celów cząstkowych służących realizacji określonego zadania • jest przygotowany do uczestniczenia w projektach • nabywa kompetencji związanych z tolerancją i rozumieniem działań i decyzji podejmowanych przez innych • nabywa kompetencji związanych z negocjowaniem, asertywnością i broniem własnych poglądów • rozwija umiejętności przywódcze • rozwija krytyczne myślenie • potrafi słuchać ze zrozumieniem • potrafi wyrazić i przyjąć konstruktywną krytykę • potrafi planować i podejmować wyzwania związane z samokształceniem	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K10	egzamin pisemny / ustny
----	---	---	-------------------------

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
przygotowanie do egzaminu	30	
przygotowanie do zajęć	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Na zakończenie uczestnik kursu: • współpracuje w grupie biorąc odpowiedzialność za terminowe i rzetelne wykonanie powierzonych zadań • rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie • potrafi prawidłowo rozpoznać hierarchię celów cząstkowych służących realizacji określonego zadania • jest przygotowany do uczestniczenia w projektach • nabywa kompetencji związanych z tolerancją i rozumieniem działań i decyzji podejmowanych przez innych • nabywa kompetencji związanych z negocjowaniem, asertywnością i broniem własnych poglądów • rozwija umiejętności przywódcze • rozwija krytyczne myślenie • potrafi słuchać ze zrozumieniem • potrafi wyrazić i przyjąć konstruktywną krytykę • potrafi planować i podejmować wyzwania związane z samokształceniem	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny, burza mózgów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny / ustny	Zaliczenie ćwiczeń. Aktywne uczestnictwo w konwersatorium. Egzamin



Zarządzanie strategiczne (ćwiczenia)

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.220.5cc85946678a9.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 2	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem modułu jest: • zapoznanie studentów z zagadnieniami zarządzania strategicznego, ze wskazaniem na złożoność i wieloaspektowość tej problematyki, • kształtowanie u studentów krytycznego podejścia do koncepcji zarządzania strategicznego • kształtowanie umiejętności wykorzystania przez studentów narzędzi z zakresu analizy strategicznej, • uświadomienie studentom konieczności i korzyści z systematycznego uzupełniania i uaktualniania wiedzy w tym zakresie.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	<p>organizacji • zna reguły i zasady zarządzania strategicznego • ma pogłębioną wiedzę na temat teorii zarządzania strategicznego i szkół strategii • zna i rozumie konieczność poznawania koncepcji zarządzania strategicznego jako źródła wiedzy i inspiracji do oddziaływania na rozwój przedsiębiorstwa przez strategię • zna i poprawnie posługuje się profesjonalną terminologią z zakresu zarządzania strategicznego • precyzyjnie i wyczerpująco wyjaśnia miejsce, rolę, narzędzia analizy strategicznej w procesie zarządzania strategicznego • ma rozszerzoną wiedzę z zakresu budowania i wdrażania strategii przedsiębiorstwa • zna literaturę przedmiotu.</p>	<p>ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W07</p>	<p>prezentacja, zaliczenie</p>
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	<p>na zakończenie uczestnik kursu: • potrafi samodzielnie poszukiwać odpowiedzi na pojawiające się problemy zarządzania strategicznego • posiada umiejętność doboru, selekcji i oceny źródeł informacji strategicznych pozyskiwanych na potrzeby formułowania i wdrażania strategii przedsiębiorstwa • potrafi zastosować metody i narzędzia stosowane w zarządzaniu strategicznym • posiada umiejętność w zakresie wykorzystania metod analizy strategicznej zarówno w odniesieniu do diagnozy potencjału przedsiębiorstwa, jak i elementów składowych otoczenia • posiada umiejętność w zakresie wyznaczania celów strategicznych przedsiębiorstwa oraz diagnozowania kluczowych czynników konkurencyjności przedsiębiorstwa • posiada umiejętność w zakresie doboru i konstrukcji planów strategicznych oraz strategii przedsiębiorstwa na poziomie całej organizacji, jak i na poziomie funkcjonalnym • potrafi nawiązać współpracę z instytucjami lub organizacjami w zakresie pozyskiwania informacji strategicznej dla przedsiębiorstwa • potrafi wytyczać priorytety, określać spójne sposoby działania w ramach realizowanych zadań dotyczących konstrukcji strategii przedsiębiorstwa • ma świadomość wagi i możliwości wykorzystania narzędzi zarządzania strategicznego jako źródła konkurencyjności przedsiębiorstwa • rozumie konieczność badania stopnia rozwoju i oceny struktur zarządzania strategicznego w przedsiębiorstwie • potrafi samodzielnie przygotować wystąpienie ustne i pisemne poświęcone zagadnieniom związanym z problematyką zarządzania, w tym potrafi podczas wystąpienia dokonać oryginalnej, krytycznej analizy różnych koncepcji i wypracować własne stanowisko normatywne • potrafi przyjąć rolę moderatora dyskusji, w której prezentowane są różne poglądy, dbając o zachowanie wysokiego poziomu merytorycznego.</p>	<p>ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U08, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U15</p>	<p>zaliczenie</p>
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			

K1	na zakończenie uczestnik kursu: • współpracuje w grupie biorąc odpowiedzialność za terminowe i rzetelne wykonanie powierzonych zadań • rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie • potrafi prawidłowo rozpoznać hierarchię celów cząstkowych służących realizacji określonego zadania • jest przygotowany do uczestniczenia w projektach • nabywa kompetencji związanych z tolerancją i rozumieniem działań i decyzji podejmowanych przez innych • nabywa kompetencji związanych z negocjowaniem, asertywnością i broniem własnych poglądów • rozwija umiejętności przywódcze • rozwija krytyczne myślenie • potrafi słuchać ze zrozumieniem • potrafi wyrazić i przyjąć konstruktywną krytykę • potrafi planować i podejmować wyzwania związane z samokształceniem	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K10	prezentacja, zaliczenie
----	---	---	-------------------------

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie do zajęć	30	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Budowanie fundamentów Po co nam analizy strategiczne? Między klasycznym a współczesnym podejściem do zarządzania strategicznego. Zarządzanie strategiczne rozwojem. Między strategią firmy a strategią rozwoju sektora/miasta/państwa. Partnerstwo strategiczne – potrzeba a konieczność. Generowanie sukcesów na bazie partnerstwa strategicznego. Współpraca jako wybór strategiczny. Skracanie horyzontu, czyli współczesne podejście do zarządzania strategicznego.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, burza mózgów, seminarium, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	prezentacja, zaliczenie	aktywny udział w zajęciach oraz w pracach grup prezentacja prac grupy na forum uczestników całego kursu

Projekty miejskie
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.220.5cc03479ceeb1.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p>Okres Semestr 2</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 3.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	<p>Celem przedmiotu jest przybliżenie uczestnikom zajęć szeroko rozumianego procesu zarządzania projektami w przestrzeni miejskiej, podejmowanego z punktu widzenia zarządzania humanistycznego, czerpiącego jednak z innych dyscyplin naukowych, takich jak: socjologia, urbanistyka, architektura, gospodarka przestrzenna, geografia społeczna, turystyka, marketing, itp., odbywającego się przy udziale różnych grup interesariuszy. Po zakończeniu przedmiotu student posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania projektami w przestrzeni miejskiej. Będzie w stanie samodzielnie podejmować refleksję dotyczącą otaczającej go przestrzeni miejskiej i konieczności uwzględniania różnych grup interesariuszy w procesie zarządzania nią. Umiejętności praktyczne przydatne będą przyszłym menedżerom kultury i mediów, którzy samodzielnie podejmowali będą tego typu działania lub współdziałali z innymi przy ich realizacji.</p>
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	najnowsze trendy w zarządzaniu (wykazuje zdolność krytycznego ich omawiana)	ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W10	esej
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk o zarządzaniu	ZMR_K2_U04, ZMR_K2_U17	esej
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnego i krytycznego uzupełniania wiedzy i umiejętności, rozszerzonych o wymiar interdyscyplinarny	ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K08	esej
K2	uczenia się przez całe życie, potrafi inspirować oraz organizować proces uczenia się innych osób	ZMR_K2_K01	esej
K3	przyjęcia rolę moderatora dyskusji, w której prezentowane są różne poglądy, dbając o zachowanie wysokiego poziomu merytorycznego	ZMR_K2_K04	esej
K4	organizowania zespołów zadaniowych i przewodzenia im w celu realizacji wspólnego projektu zarówno na poziomie lokalnym i globalnym.	ZMR_K2_K06	esej
K5	krytycznej oceny i interpretacji wydarzeń kulturalnych	ZMR_K2_K05	esej

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	20	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	10	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20	
przygotowanie referatu	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 90	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	-----------------------------------

1.	Zagadnienia związane z projektami miejskimi (w tym: projektowanie przestrzeni miejskich, zieleni, smart city, reklamy w przestrzeni miejskiej, przemysły kreatywne, partycypacja społeczna, marketing miast i inne bieżące zagadnienia)	W1, U1, K1, K2, K3, K4, K5
----	---	----------------------------

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

grywalizacja, metody e-learningowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, gra dydaktyczna, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, burza mózgów, metoda sytuacyjna, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	esej	projekt

Źródła współczesności
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.2E0.5cc03479e7980.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Filozofia</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0223 Filozofia i etyka</p>
--	---

Okres Semestr 2	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	Liczba punktów ECTS 3.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Okres Semestr 3	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	Liczba punktów ECTS 4.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Okres Semestr 4	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 30</p>	Liczba punktów ECTS 4.0
---------------------------	--	-----------------------------------

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem zajęć (sem. 3) jest wskazanie i analiza źródeł współczesnych zjawisk kulturowych.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	student zna genezę kilku ważnych zjawisk w kulturze współczesnej.	ZMR_K2_W04	raport, prezentacja
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	wskazać źródła charakterystycznych dla współczesności fenomenów.	ZMR_K2_U16	raport, prezentacja
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	analizować współczesną kulturę w świetle kształtujących ją czynników.	ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K08, ZMR_K2_K09	esej, prezentacja

Bilans punktów ECTS

Semestr 2

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie do zajęć	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 3

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie raportu	10	

przygotowanie do zajęć	60	
przygotowanie eseju	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	30	
przygotowanie do zajęć	40	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Semestr 3: źródła twórczości - figura detektywa i natura ludzkiego umysłu - współczesne losy religii - dobrobyt - kobiety i feminizm - szaleństwo - zwierzęcość i człowieczeństwo - strach przed wolnością? - przemiany sztuki.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 2

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny, dyskusja

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	raport, esej	Warunkiem zaliczenia jest (a) aktywny udział w części konwersatoryjnej zajęć (dyskusje), (b) regularne sporządzanie raportów z lektur.

Semestr 3

Metody nauczania:

dyskusja, wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny, seminarium, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	raport, esej	sporządzenie sprawozdania, ewentualnie esej, obecność (dopuszczalne dwie nieobecności)

Semestr 4

Metody nauczania:

wykład konwersatoryjny, wykład konwencjonalny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	raport, esej, prezentacja	Obecność i aktywność na zajęciach, wykonanie pracy zaliczeniowej

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak



Marketing i organizacja wydarzeń

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.240.5cc6f806351f5.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem realizacji zajęć jest zapoznanie studentów z praktyczną i teoretyczną umiejętnością planowania, organizacji i promocji wydarzeń o zróżnicowanym charakterze oraz skali - zwłaszcza tych o wymiarze masowym i profilu kulturalno-artystycznym.
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	zasady organizacji wydarzeń kultury.	ZMR_K2_W02	projekt

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	przenieść wiedzę z zakresu organizacji wydarzeń kultury do praktyki.	ZMR_K2_U18	projekt
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnej i grupowej organizacji wydarzeń kulturalnych z zachowaniem zasad zarządzania humanistycznego.	ZMR_K2_K08	projekt

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	60	
rozwiązywanie zadań problemowych	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	1.Projekty o charakterze artystyczno - kulturowym: czym są?	W1, U1, K1
2.	2.Przygotowanie planu wydarzenia - imprezy o charakterze artystycznym i kulturotwórczym.	W1, U1, K1
3.	3.Opracowanie koncepcji merytorycznej wydarzenia: podstawowe zasady.	W1, U1, K1
4.	4.Przygotowanie harmonogramu wydarzenia: najważniejsze elementy.	W1, U1, K1
5.	5.Publiczne wydarzenia artystyczno - kulturalne najważniejsze zasady.	W1, U1, K1
6.	6. Program wydarzeń towarzyszących - czym jest i jak go przygotować?	W1, U1, K1
7.	7.Specyfika pracy poszczególnych osób odpowiedzialnych za realizację wydarzenia: pracownicy merytoryczni, koordynacja, promocja i edukacja.	W1, U1, K1
8.	8. Sposoby promocji wydarzeń o charakterze artystycznym: studium przypadków.	W1, U1, K1
9.	9.Kosztorys wydarzenia: co uwzględnić?	W1, U1, K1
10.	10. Wydarzenie w działaniu: najważniejsze zasady pracy na wydarzeniu.	W1, U1, K1
11.	11.Ewaluacja wydarzenia.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metoda projektów, dyskusja, analiza przypadków, rozwiązywanie zadań

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	projekt	- maksymalnie 2 nieobecności -przygotowanie projektu wydarzenia kulturalno - artystycznego



Projektowanie i realizacja kampanii medialnej
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie mediami	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.240.5cc0347c9997f.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 5.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie uczestników z zagadnieniami z zakresu zarządzania kampanią medialną
C2	Budowanie świadomości znaczenia kampanii medialnych jako jednego z czynników wpływających na wizerunek marki

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	Zna podstawowe zagadnienia z zakresu zarządzania kampanią medialną	ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W10	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	Potrafi zaplanować kampanię reklamową w mediach wraz z budżetem	ZMR_K2_U09, ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U18	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	Potrafi formułować własną opinię na temat planowanych działań, eksponując wady i zalety argumentacji	ZMR_K2_K04, ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	15	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	20	
przygotowanie do ćwiczeń	25	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Metody i techniki twórczego myślenia w procesie powstawania reklamy	W1, U1, K1
2.	Psychologia w reklamie	W1, U1, K1
3.	Prawo i etyka w reklamie	W1, U1, K1
4.	Strategia i komunikacja marki	W1, U1, K1
5.	Planowanie kampanii reklamowej	W1, U1, K1

6.	Sprzedaż kampanii reklamowej	W1, U1, K1
7.	Zarządzanie informacją w procesie realizacji kampanii reklamowej	W1, U1, K1
8.	Zarządzanie procesem realizacji kampanii reklamowej	W1, U1, K1
9.	Ocena skuteczności kampanii reklamowej	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, burza mózgów, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Zajęcia mają charakter ćwiczeniowy, wymagana jest obecność (dopuszczalne są dwie nieobecności nieusprawiedliwione) oraz aktywność. Aby uzyskać zaliczenie należy zdać kolokwium oraz w zespołach przygotować projekt kampanii medialnej.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak wymagań wstępnych



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

Ekonomia (konwersatorium)

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.240.5cc85946cd37f.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Ekonomia i finanse
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0311 Ekonomia
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność obowiązkowy	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się egzamin	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć konwersatorium: 15	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przekazanie podstawowej wiedzy z zakresu ekonomii.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	wybrane aspekty ekonomiczne rozwoju współczesnej cywilizacji	ZMR_K2_W04	egzamin pisemny
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	formułować problemy badawcze, wynikające z omawianych zjawisk ekonomicznych oraz potrafi, dobierając odpowiednie narzędzia, analizować je	ZMR_K2_U01	egzamin pisemny
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	myślenia w sposób przedsiębiorczy	ZMR_K2_K11	egzamin pisemny

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
konwersatorium	15	
przygotowanie do egzaminu	70	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	25	
konsultacje	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 15	ECTS 0.6

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do ekonomii.	W1
2.	Teoria rynku. Cena minimalna i cena maksymalna. Elastyczność popytu i podaży.	W1, U1
3.	Teoria konsumenta. Model konsumenta (krzywa obojętności, linia budżetowa). Punkt równowagi konsumenta.	W1, U1
4.	Teoria produkcji. Przedsiębiorstwo. Utarg. Koszt. Zysk. Teoria kosztów. Działania przedsiębiorcze.	W1, U1, K1
5.	Rodzaje struktur rynkowych.	W1
6.	Rachunek dochodu narodowego. Wzrost gospodarczy.	W1
7.	Państwo w gospodarce. Wpływ wydatków państwa i podatków na produkcję.	W1
8.	Inflacja. Bezrobocie.	W1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
konwersatorium	egzamin pisemny	Test jednokrotnego wyboru

Warsztat reklamy
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzrS.240.5cc0347e7a7a4.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	--

<p>Okres Semestr 3</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 5.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Celem kursu jest zapoznanie osób uczestniczących z zagadnieniami z zakresu projektowania i przygotowywania koncepcji kreatywnych przekazów reklamowych
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	Zna podstawowe zagadnienia związane z reklamą oraz jej tworzeniem	ZMR_K2_W01	zaliczenie na ocenę

Umiejętności - Student potrafi:			
U1	Potrafi analizować i syntetyzować dane, tworzyć brief oraz przekazy reklamowe	ZMR_K2_U14, ZMR_K2_U18	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	Potrafi formułować własną, krytyczną ocenę kampanii i reklam społecznych oraz komercyjnych	ZMR_K2_K11	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie do zajęć	30	
wykonanie ćwiczeń	30	
Przygotowywanie projektów	30	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	20	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wybór mediów	W1
2.	Planowanie i strategia kampanii	W1
3.	Brief marketingowy i kreatywny	K1
4.	Koncept kreatywny	U1
5.	Projektowanie (format i techniki druku, układ, typografia, obraz i barwa)	W1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

konsultacje, ćwiczenia przedmiotowe, ćwiczenia laboratoryjne, rozwiązywanie zadań, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, wykład konwersatoryjny, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Warunkiem zaliczenia kursu jest obecność (dopuszczalne dwie nieobecności nieusprawiedliwione) zdanie kolokwium oraz zrealizowanie zadań cząstkowych.



UNIwersytet
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

Publiczne i prywatne finanse kultury

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie organizacjami kultury	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzkuS.240.5cc6f80655cc1.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Ekonomia i finanse
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0410 Biznes i administracja nie określone dalej
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zajęcia mają na celu przedstawienie zasad finansowania i organizacji działalności kulturalnej w warunkach gospodarki rynkowej. Zajęcia umożliwiają poznanie wyników najnowszych badań polskich i zagranicznych dotyczących współczesnego funkcjonowania kultury.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	zagadnienia z zakresu ekonomiki kultury w kontekście rozwoju historycznego, społeczno-kulturowego, jak również w powiązaniu z rozwojem technologii informacyjno-komunikacyjnych	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W03	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	- diagnozować i rozwiązywać typowe problemy finansowania kultury	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U09	zaliczenie na ocenę, projekt
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	- przedsiębiorczego myślenia	ZMR_K2_K11	zaliczenie na ocenę, projekt

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
poznanie terminologii obcojęzycznej	10	
przygotowanie do zajęć	15	
konsultacje	10	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	10	
przygotowanie projektu	15	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
-----	-------------------	-----------------------------------

1.	<p>Ćwiczenia Publiczne i prywatne finanse kultury skierowane są do studentów, których interesuje pogłębienie wiedzy dotyczącej organizowania i finansowania działalności w obszarze kultury i jej przemysłów prowadzonej przez różnorodne podmioty (publiczne, nonprofit i komercyjne). Zagadnienia teoretyczne są równoważone przykładami praktycznych rozwiązań. W ramach zajęć studenci mogą zapoznać się z nowymi tematami badawczymi z zakresu finansowania kultury. Zajęcia prowadzone są w sposób interaktywny. Zawierają prezentacje multimedialne (MS Power Point). Każde z zajęć będzie się składać z wprowadzenia oraz przygotowanych przez prowadzącą prezentacji lub zadań aktywizujących.</p> <p>Tematy spotkań: BLOK I</p> <p>1. Wprowadzenie - logika publicznego finansowania w kulturze 2. Budżetowe i pozabudżetowe finansowanie w kulturze</p> <p>BLOK II</p> <p>1. Przygotowanie budżetów projektów w kulturze na wybranych przykładach. 2. Budżetowe i pozabudżetowe źródła finansowania kultury w ujęciu międzynarodowym.</p>	W1, U1, K1
----	--	------------

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków, metody e-learningowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę, projekt	Warunki zaliczenia przedmiotu: Efekty kształcenia sprawdzane będą na bieżąco na zajęciach, podczas których studenci będą brać udział w dyskusjach oraz prezentacjach. Ostateczną formą sprawdzenia efektów kształcenia będzie kolokwium podsumowujące oraz przygotowanie projektu polegającego na opracowaniu budżetu projektu kulturalnego wg wytycznych.

Wymagania wstępne i dodatkowe

brak

Ekonomia (ćwiczenia)
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.240.5cc85946e9b9b.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Ekonomia i finanse</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0311 Ekonomia</p>
--	---

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 4.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Przekazanie podstawowej wiedzy z zakresu ekonomii.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	wybrane aspekty ekonomiczne rozwoju współczesnej cywilizacji.	ZMR_K2_W04	zaliczenie pisemne
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	formułować problemy badawcze, wynikające z omawianych zjawisk ekonomicznych oraz potrafi, dobierając odpowiednie narzędzia oraz analizować je. Student potrafi poddać krytycznej analizie informacje ekonomiczne pochodzące z różnych źródeł oraz formułować na ich podstawie samodzielne wnioski.	ZMR_K2_U01	zaliczenie pisemne
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	student jest przygotowany do myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy, potrafi komunikować się z ludźmi w miejscu pracy i poza nim stosując pojęcia ekonomiczne, jest zainteresowany poszerzaniem wiedzy z zakresu ekonomii.	ZMR_K2_K01	zaliczenie pisemne

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie do zajęć	45	
przygotowanie do testu zaliczeniowego	40	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120	ECTS 4.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Podstawowe zagadnienia ekonomii. Narzędzia analizy ekonomicznej. Zasady badań ekonomicznych. Gospodarowanie jako proces dokonywania wyboru.	W1, U1, K1
2.	Krzywa możliwości produkcyjnych, koszt alternatywny.	W1, U1, K1
3.	Teoria rynku. Cena minimalna i cena maksymalna. Analiza rynku (popyt i podaż i ich determinanty, krzywe popytu i podaży, mechanizm dostosowawczy - równowaga rynkowa, cena równowagi a cena minimalna i maksymalna).	W1, U1, K1
4.	Elastyczność popytu (cenowa, dochodowa, mieszana) i podaży i ich praktyczne wykorzystanie.	W1, U1, K1
5.	Rekapitulacja, kolokwium zaliczeniowe.	W1, U1, K1
6.	Teoria wyboru konsumenta (użyteczność całkowita, użyteczność krańcowa, krzywa obojętności, krańcowa stopa substytucji, linia budżetu, równowaga konsumenta).	W1, U1, K1

7.	Teoria produkcji. Proces produkcji. Produkt całkowity, przeciętny i krańcowy. Decyzje producenta w krótkim i długim okresie czasu. Przychód całkowity, przeciętny i krańcowy. Zysk ekonomiczny, zysk normalny.	W1, U1, K1
8.	Produkcja, decyzje producenta - ćwiczenie symulacyjne.	U1, K1
9.	Ruch okrężny w gospodarce, Rachunek dochodu narodowego. Wzrost gospodarczy.	W1, U1, K1
10.	Pieniądz, polityka monetarna, kryptowaluty.	W1, U1, K1
11.	Inflacja.	W1, U1, K1
12.	Państwo w gospodarce. Wpływ wydatków państwa i podatków na produkcję, model IS-LM	W1, U1, K1
13.	Rynek pracy (funkcjonowaniem rynku pracy w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i globalnej).	W1, U1, K1
14.	Kolokwium zaliczeniowe.	W1, U1, K1
15.	Struktury rynku (konkurencja doskonała, monopol, oligopol, konkurencja monopolistyczna).	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, rozwiązywanie zadań, analiza przypadków, dyskusja, wykład z prezentacją multimedialną, burza mózgów, metoda sytuacyjna

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie pisemne	Zaliczenie dwóch kolokwίων pisemnych ze zróżnicowaną strukturą zadań: zadania opisowe, zadania obliczeniowe, test wyboru, test uzupełnień. Na ocenę wpływ ma również udział w zajęciach i aktywność podejmowana w ich trakcie.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak.



Współczesne trendy w zarządzaniu
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.2C0.5cc0347a994e9.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć laboratoria: 30	

Okres Semestr 4	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć laboratoria: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów ze współczesnymi trendami w zakresie zarządzania.
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	jakie są najnowsze trendy w badaniach w naukach o zarządzaniu oraz poddać je krytycznej analizie.	ZMR_K2_W01, ZMR_K2_W02, ZMR_K2_W04, ZMR_K2_W07, ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W09, ZMR_K2_W10, ZMR_K2_W11	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	zarządzać w zakresie wyznaczonym przez współczesne środowisko organizacji kultury i mediów, powinien potrafić diagnozować rzeczywistość i zająć własne stanowisko w odniesieniu do rzeczywistości społecznej.	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U10	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnego uzupełniania wiedzy i umiejętności	ZMR_K2_K07	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Semestr 3

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
laboratoria	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	50	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 80	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
laboratoria	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	70	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 100	ECTS 3.0

Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Część I. Dane dotyczące współcześnie prowadzonych badań w naukach o zarządzaniu w Europie i na świecie. Część II Analiza studiów przypadku wybranych organizacji obrazująca współczesne praktyki zarządzania.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 3

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
laboratoria	zaliczenie na ocenę	Projekt, dyskusja

Semestr 4

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
laboratoria	zaliczenie na ocenę	Projekt, dyskusja

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak.



UNIWERSYTET
JAGIELLOŃSKI
W KRAKOWIE

Współczesne trendy w kulturze

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka -	Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.2C0.5cc0347a7d36b.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o sztuce
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0288 Interdyscyplinarne programy i kwalifikacje obejmujące sztukę i przedmioty humanistyczne
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 3	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć laboratoria: 30	

Okres Semestr 4	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę	Liczba punktów ECTS 3.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć laboratoria: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	zapoznanie się ze współczesnymi tendencjami i trendami w obrębie kultury
----	--

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	jakie są najnowsze zjawiska w sferze kultury współczesnej	ZMR_K2_W07	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	zarządzać w zakresie wyznaczonym przez współczesne środowisko organizacji kultury i mediów, diagnozować rzeczywistość i zająć własne stanowisko w odniesieniu do rzeczywistości społecznej.	ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07, ZMR_K2_U13, ZMR_K2_U16	zaliczenie na ocenę
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	samodzielnego uzupełniania wiedzy i umiejętności	ZMR_K2_K02, ZMR_K2_K03, ZMR_K2_K05, ZMR_K2_K06, ZMR_K2_K07, ZMR_K2_K08, ZMR_K2_K09	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Semestr 3

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
laboratoria	30	
zbieranie informacji do zadanej pracy	60	
przygotowanie projektu	60	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150	ECTS 3.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Semestr 4

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
laboratoria	30	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30	ECTS 3.0

Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0
Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Część I. Dane dotyczące współcześnie prowadzonych badań w kulturze współczesnej w Europie i na świecie. Część II Analiza studiów przypadku wybranych organizacji obrazująca współczesne problemy kultury.	W1, U1, K1

Informacje rozszerzone

Semestr 3

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, dyskusja, wykład konwersatoryjny, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
laboratoria	zaliczenie na ocenę	Projekt, dyskusja, zaliczenie

Semestr 4

Metody nauczania:

metody e-learningowe, dyskusja, wykład konwersatoryjny, metoda projektów, analiza tekstów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
laboratoria	zaliczenie na ocenę	Projekt, dyskusja, zaliczenie

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak



Tworzenie strategii nowego biznesu/nowej marki
Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą	Cykl kształcenia 2023/24
Ścieżka Zarządzanie mediami	Kod przedmiotu UJ.WZZMRzmS.280.5cc0347cdd8bd.23
Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej	Języki wykładowe Polski
Poziom kształcenia drugiego stopnia	Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości
Forma studiów studia stacjonarne	Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja
Profil studiów ogólnoakademicki	
Obligatoryjność fakultatywny	

Okres Semestr 4	Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie	Liczba punktów ECTS 5.0
	Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30	

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Zapoznanie studentów z zasadami tworzenia strategii nowego biznesu/marki poprzez omówienie podstawowych zagadnień oraz wybranych przykładów wiodących marek
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	zasady tworzenia strategii nowego biznesu/marki	ZMR_K2_W08	zaliczenie
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	zdobywać informacje z różnych źródeł, dokonywać ich analizy oraz wykorzystywać podczas tworzenia strategii nowego biznesu/marki	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U03, ZMR_K2_U04	zaliczenie
U2	formułować i rozwiązywać problemy związane z tworzeniem strategii nowego biznesu/marki	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U17, ZMR_K2_U19	zaliczenie
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy	ZMR_K2_K11	zaliczenie

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie prezentacji multimedialnej	15	
zbieranie informacji do zadanej pracy	35	
przeprowadzenie badań literaturowych	20	
przygotowanie do zajęć	30	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	10	
samodzielna nauka dotycząca treści poruszanych na zajęciach	10	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Definicja marki, znaczenie budowania świadomości marki	W1
2.	Kapitał marki	W1, K1
3.	Pozycjonowanie marki/nowego biznesu	W1, U1, K1
4.	Storytelling, personal branding	W1
5.	Identyfikacja wizualna	W1
6.	Mierzenie mocy marki	W1, U1, K1
7.	Kryzys marki	W1, U1, U2
8.	Zmiana wizerunku marki/nowego biznesu (rebranding, co-branding)	U1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

analiza przypadków, dyskusja, analiza tekstów, metoda projektów, burza mózgów, metody e-learningowe, ćwiczenia przedmiotowe

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie	projekt

Wymagania wstępne i dodatkowe

Znajomość podstawowych pojęć z zakresu marketingu

Planowanie i organizacja kampanii reklamowej

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka Zarządzanie reklamą</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność fakultatywny</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRzRS.280.5cc0347eca1ad.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0414 Marketing i reklama</p>
---	---

<p>Okres Semestr 4</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie na ocenę</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 5.0</p>
-----------------------------------	--	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	<p>Przedstawienie specyfiki panujących trendów i standardów w branży i środowisku reklamowym. Spojrzenie na kampanie reklamową jako całościowy proces uwzględniający kluczowe elementy jak: model biznesowy organizacji i sposób jej funkcjonowania, strategia działania, analiza konkurencji, grupa docelowa, potrzeby i pragnienia konsumentów (insightów konsumenckich), kanały i narzędzia promocji, harmonogram, budżet i mierniki sukcesu. Podkreślenie roli kreatywności i innowacyjności w reklamie opartej o praktyczne podejście oraz dobre praktyki polskie jak i zagraniczne.</p>
----	---

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			

W1	panujące trendy i mechanizmy oddziaływania reklamy oraz proces planowania i realizacji kampanii reklamowej	ZMR_K2_W08, ZMR_K2_W10	zaliczenie na ocenę
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	dokonać samodzielnej oceny skuteczności kampanii reklamowej ze względu na panujące trendy i nowatorskie narzędzia i kanały reklamowe	ZMR_K2_U06	zaliczenie na ocenę
U2	wykorzystując zdobytą wiedzę, potrafi ocenić etyczność konkretnych działań promocyjnych,	ZMR_K2_U02, ZMR_K2_U06	zaliczenie na ocenę
U3	w oparciu o model biznesowy firmy i sposób jej funkcjonowania, opracować strategię działania firmy oraz dopasować do niej odpowiednie narzędzia i kanały promocji	ZMR_K2_U06, ZMR_K2_U07	zaliczenie na ocenę
U4	samodzielnie zaprojektować strategię reklamową firmy	ZMR_K2_U14	zaliczenie na ocenę
Kompetencje społecznych - Student jest gotów do:			
K1	etycznego reklamowania w kontekście opartej na wzajemnym zaufaniu działalności gospodarczej i uczciwej konkurencji	ZMR_K2_K06	zaliczenie na ocenę

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przygotowanie projektu	120	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 150	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	I Wprowadzenie do świata reklamy 1. Potrzeby i pokusy. 2. Rynek reklamy w Polsce. 3. Rynek agencji reklamowych w Polsce.	W1, U1, U2, U3, U4, K1
2.	II Komunikacja - z czym to się je? Rola reklamy i PR w komunikacji marketingowej. Podział, działalność i panujące trendy z perspektywy środowiska branżowego oraz potencjalnego klienta działającego w biznesie, administracji publicznej i organizacji społecznej	W1, U1, U2, U3, U4, K1

3.	III Kreatywność i innowacyjne podejście w reklamie • Skuteczne kampanie reklamowe – przykłady z praktyki z Polski i ze świata	W1, U1, U2, U3, U4, K1
4.	IV Planowanie i realizacja kampanii od A do Z 1. Model Canvas i analiza wizerunkowa i strategiczna firmy 2. Analiza konkurencji 3. Grupa docelowa oraz wgląd w konsumenta czyli czym jest insight konsumencki? 4. Badania marketingowe jako wsparcie przy opracowaniu person i mapy empatii 5. Narzędzia, metody i techniki 6. Strategia, taktyka i kreacja cd. 7. Kanały komunikacji w świecie offline i online 8. Budżetowanie i harmonogram 9. Realizacja kampanii w praktyce	W1, U1, U2, U3, U4, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

metody e-learningowe, analiza przypadków, gra dydaktyczna, dyskusja, burza mózgów, metoda projektów

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	zaliczenie na ocenę	Projekt

HR w organizacjach

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

<p>Kierunek studiów zarządzanie mediami i reklamą</p> <p>Ścieżka -</p> <p>Jednostka organizacyjna Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej</p> <p>Poziom kształcenia drugiego stopnia</p> <p>Forma studiów studia stacjonarne</p> <p>Profil studiów ogólnoakademicki</p> <p>Obligatoryjność obowiązkowy</p>	<p>Cykl kształcenia 2023/24</p> <p>Kod przedmiotu UJ.WZZMRS.280.5cc0347b06317.23</p> <p>Języki wykładowe Polski</p> <p>Dyscypliny Nauki o zarządzaniu i jakości</p> <p>Klasyfikacja ISCED 0413 Zarządzanie i administracja</p>
--	---

<p>Okres Semestr 4</p>	<p>Forma weryfikacji uzyskanych efektów uczenia się zaliczenie</p> <p>Sposób realizacji i godziny zajęć ćwiczenia: 30</p>	<p>Liczba punktów ECTS 5.0</p>
-----------------------------------	---	---

Cele kształcenia dla przedmiotu

C1	Student potrafi zaobserwować zjawiska zachodzące w obszarze personalnym organizacji i jej otoczeniu oraz dokonywać analizy wybranych procesów w tym obszarze.
C2	Student potrafi rozróżniać koncepcje zarządzania pracownikami.
C3	Student posiada umiejętność kształtowania zatrudnienia w organizacjach.
C4	Student potrafi dobierać odpowiednie metody i narzędzia w rozwiązywaniu praktycznych problemów z dziedziny zarządzania zasobami ludzkimi.

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	absolwent posiada wiedzę na temat współczesnych koncepcji zarządzania zasobami ludzkimi w organizacji.	ZMR_K2_W05, ZMR_K2_W09	prezentacja, zaliczenie
W2	absolwent posiada wiedzę z zakresu analizy i prezentacji danych w obszarze personalnym.	ZMR_K2_W12	wyniki badań
Umiejętności - Student potrafi:			
U1	nabyte umiejętności pozwalają na stosowanie w praktyce wyspecjalizowanej wiedzy z obszaru zarządzania zasobami ludzkimi.	ZMR_K2_U01, ZMR_K2_U04	projekt, wyniki badań
U2	absolwent potrafi rozwiązywać problemy w obszarze personalnym samodzielnie lub korzystając z pracy zespołowej.	ZMR_K2_U14	projekt
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	absolwent jest przygotowany uczestniczenia w pracy zespołowej w środowisku organizacji,	ZMR_K2_K01, ZMR_K2_K10, ZMR_K2_K11	projekt

Bilans punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć	
ćwiczenia	30	
przeprowadzenie badań literaturowych	15	
zbieranie informacji do zadanej pracy	10	
przygotowanie do ćwiczeń	20	
przygotowanie raportu	10	
analiza badań i sprawozdań	10	
uczestnictwo w egzaminie	1	
przygotowanie do egzaminu	15	
studiowanie literatury wskazanej przez prowadzącego zajęcia	20	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 131	ECTS 5.0
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 30	ECTS 1.0

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Współczesne koncepcje zarządzania zasobami ludzkimi.	W1
2.	Struktury organizacyjne i ich rola w obszarze personalnym.	U1
3.	Opisy stanowisk pracy jako narzędzie wspomagające proces zarządzania zasobami ludzkimi.	W2, U1
4.	Rodzaje i zadania procesów występujących w obszarze personalnym.	W1
5.	Rodzaje kosztów i ich struktura w obszarze personalnym.	W2, U1
6.	Narzędzia wykorzystywane w procesie zarządzania personelem.	U1
7.	Konflikty w organizacji - przyczyny, sposoby zapobiegania.	U2, K1
8.	Komunikacja jako element zarządzania.	U2, K1
9.	Dokumenty w obszarze personalnym.	W1, U1
10.	Sposoby motywowania pracowników.	W1, U1, K1
11.	Zadania działu personalnego w kształtowaniu warunków i stosunków pracy.	W1, K1

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

ćwiczenia przedmiotowe, analiza przypadków, dyskusja

Rodzaj zajęć	Formy zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
ćwiczenia	projekt, wyniki badań, prezentacja, zaliczenie	Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest udział w zajęciach w trakcie których realizowane są zadania i projekty grupowe podlegające ocenie. Osoby nie uczęszczające na zajęcia otrzymują zaliczenie na podstawie pozytywnego wyniku kolokwium zaliczeniowego.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak