

# Zarządzanie mediami: praca, kariera, rynek - opis przedmiotu

| Informacje ogólne   |                                            |
|---------------------|--------------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu    | Zarządzanie mediami: praca, kariera, rynek |
| Kod przedmiotu      | 15.1--DiksP-ZMPKR-S22                      |
| Wydział             | <a href="#">Wydział Humanistyczny</a>      |
| Kierunek            | Dziennikarstwo i komunikacja społeczna     |
| Profil              | ogólnoakademicki                           |
| Rodzaj studiów      | pierwszego stopnia z tyt. licencjata       |
| Semestr rozpoczęcia | semestr zimowy 2022/2023                   |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                                         |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 3                                                                                       |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 4                                                                                       |
| Typ przedmiotu                  | obowiązkowy                                                                             |
| Język nauczania                 | polski                                                                                  |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr hab. inż. Sebastian Saniuk, prof. UZ</li></ul> |

| Formy zajęć  |                                         |                                        |                                            |                                           |                     |
|--------------|-----------------------------------------|----------------------------------------|--------------------------------------------|-------------------------------------------|---------------------|
| Forma zajęć  | Liczba godzin w semestrze (stacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne) | Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne) | Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne) | Forma zaliczenia    |
| Laboratorium | 30                                      | 2                                      | -                                          | -                                         | Zaliczenie na ocenę |

## Cel przedmiotu

Zapoznanie się ze strategią organizacji rynku medialnego w Polsce i problemami zarządzania organizacjami medialnymi, a także wzywaniami związanymi z przeobrażeniami technologicznymi na rynku medialnym w kontekście problemów rynku pracy. Analiza krytyczna funkcjonowania wybranych organizacji medialnych.

## Wymagania wstępne

Wiedza z zakresu poszczególnych rodzajów mediów funkcjonujących w Polsce.

## Zakres tematyczny

1. Wprowadzenie do problematyki zarządzania strategicznego w mediach - dualna natura przedsiębiorstw medialnych.
2. Polski rynek medialny – struktura, uwarunkowania społeczno-polityczne, konkurencja.
3. Media publiczne a media komercyjne – najważniejsze problemy funkcjonowania.
4. Praca w organizacjach medialnych.
5. Zarządzanie zasobami ludzkimi w mediach.
6. Zarządzanie marką przedsiębiorstwa medialnego.
7. Badanie efektywności funkcjonowania organizacji medialnych.
8. Trendy rozwojowe organizacji medialnych.
9. Zarządzanie mediami społecznościowymi.
10. Funkcjonowanie organizacji medialnych - studia przypadków.

## Metody kształcenia

Analiza przypadku, analiza danych, prezentacja, dyskusja.

## Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

| Opis efektu                                                                                                                                                                                                                                   | Symbole efektów                                                           | Metody weryfikacji                                                                           | Forma zajęć                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Student zna podstawowe ekonomiczne, prawne i etyczne uwarunkowania działalności zawodowej związanej z dziennikarstwem i komunikacją społeczną, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego | <ul style="list-style-type: none"><li>• <a href="#">KE1_W12</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>• Laboratorium</li></ul> |

| Opis efektu                                                                                                                                                                                           | Symbole efektów           | Metody weryfikacji                                                                                                | Forma zajęć    |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Student zna podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości w zakresie dziennikarstwa i komunikacji społecznej oraz dotyczące rynku i polityki regionalnej                      | • <a href="#">KF1_W13</a> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li> <li>• projekt</li> </ul> | • Laboratorium |
| Student planuje i proponuje zastosowanie narzędzi analityczno-badawczych z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi do analizy funkcjonowania organizacji medialnych                                     | • <a href="#">UD1_U12</a> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li> </ul>                    | • Laboratorium |
| Student analizuje i projektuje procesy zachodzące w badaniach funkcjonowania organizacji medialnych, stawia i weryfikuje proste hipotezy dotyczące efektywności funkcjonowania organizacji medialnych | • <a href="#">UD1_U13</a> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li> <li>• projekt</li> </ul> | • Laboratorium |
| Student identyfikuje i analizuje procesy związane z przeobrażeniami rynku medialnego                                                                                                                  | • <a href="#">KF1_K06</a> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li> <li>• projekt</li> </ul> | • Laboratorium |

## Warunki zaliczenia

Aktywny udział w zajęciach.

Przygotowanie prezentacji analizującej funkcjonowanie wybranej organizacji medialnej.

## Literatura podstawowa

B. Nierenberg, *Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe*, Kraków 2011.

T. Kowalski, *Między twórczością a biznesem. Wprowadzanie do zarządzania w mediach i rozrywce*, Warszawa 2008.

## Literatura uzupełniająca

L. Kung, *Strategie zarządzania na rynku mediów*, Warszawa 2010.

T. Kowalski, B. Jung, *Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów*, Warszawa 2006.

J. Kreft, *Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami*, Kraków 2015.

T. Goban-Klas, *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i internetu*, Warszawa 2005.

## Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 18-06-2022 10:56)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ