


KAPITAŁ LUDZKI
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez
 Unię Europejską w ramach
 Europejskiego Funduszu
 Społecznego

UNIA EUROPEJSKA
 EUROPEJSKI
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


Nazwa przedmiotu		Kod ECTS	
Strategie biznesowe w przedsiębiorstwach medialnych		8.0.12939	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Filmu i Mediów			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	niestacjonarne (zaoczne)
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Sebastian Konefał, profesor uczelni; dr Piotr Kurpiewski; dr Jędrzej Siciński; prof. UG, dr hab. Piotr Wróbel			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		1 10 godzin - udział w zajęciach; 15 godzin - studiowanie literatury i przygotowywanie się do zajęć. Razem: 25 godzin = 1 ECTS.	
Sposób realizacji zajęć			
zajęcia on-line, zajęcia poza pomieszczeniami dydaktycznymi UG, zajęcia w sali dydaktycznej			
Liczba godzin			
Wykład: 10 godz.			
Termin realizacji przedmiotu			
2023/2024 letni			
Status przedmiotu		Język wykładowy	
obowiązkowy		polski	
Metody dydaktyczne		Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne	
<ul style="list-style-type: none"> - Dyskusja - Wykład konwersatoryjny - Wykład problemowy - Wykład z prezentacją multimedialną 		Sposób zaliczenia	
		Zaliczenie (zał)	
		Formy zaliczenia	
		wypowiedź ustna	
		Podstawowe kryteria oceny	
		aktywne uczestnictwo w zajęciach (70%) wypowiedź ustna (30%)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			
zakładany efekt uczenia się	wypowiedź ustna		dyskusja
	Wiedza		
K_W12	+		+
K_W05	+		+
	Umiejętności		
K_U05	+		+
K_U07	+		+
	Kompetencje społeczne		
K_K02	+		+
Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi			
A. Wymagania formalne			
Brak			

B. Wymagania wstępne	
Brak	
Cele kształcenia	
Student zdobywa wiedzę na temat planowania i rodzajów strategii biznesowych. Poznaje, jak osiągnąć i utrzymać przewagę konkurencyjną oraz rozumie, czym jest sukces firmy.	
Treści programowe	
Tworzenie planu strategicznego; analiza rynku medialnego w Polsce; analizy strategiczne; myślenie strategiczne; kluczowe wskaźniki efektywności; sukces i porażka firmy; analiza organizacyjna.	
Wykaz literatury	
Na początku semestru prowadzący ustala zestaw lektur wymaganych do zaliczenia przedmiotu	
A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):	
A.1. wykorzystywana podczas zajęć	
B. Tracy, Strategie biznesowe, MT Biznes 2017.	
P. M. Elkin, Planowanie i strategie biznesowe, Warszawa 2013.	
D. Parmenter, Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI), wydanie II, Helion 2016.	
B. Literatura uzupełniająca	
S. Tzu, S. Pin, Sztuka Wojny, Helion 2008.	
Kierunkowe efekty uczenia się	Wiedza
K_W05, K_W12 K_U05, K_U07 K_K02	K_W05, K_W12 Student: rozumie specyfikę strategii biznesowych w przedsiębiorstwach medialnych (K_W05); zna elementy strategii biznesowych niezbędne do prowadzenia działalności z zakresu produkcji audiowizualnej (K_W12).
	Umiejętności
	K_U05, K_U07 Student: posiada umiejętność oceny wartości projektu audiowizualnego z punktu widzenia budowania strategii biznesowej w produkcji medialnej (K_U05); potrafi prowadzić firmę na rynku audiowizualnym, uwzględniając dalekosiężne strategie biznesowe (K_U07).
	Kompetencje społeczne (postawy)
	K_K02 Student: jest przygotowany do brania aktywnego udziału w instytucjach, organizacjach oraz przedsięwzięciach koncentrujących się na działalności przedsiębiorstw na rynku medialnym (K_K02).
Kontakt	
sebastian.konefal@ug.edu.pl	