


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		8.0.12754	
Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot			
Zakład Filmu i Mediów			
Studia			
wydział	kierunek	poziom	pierwszego stopnia
Wydział Filologiczny	Produkcja form audiowizualnych	forma	stacjonarne
		moduł specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)			
dr hab. Sebastian Konefał, profesor uczelni; dr Jędrzej Siciński; prof. UG, dr hab. Piotr Wróbel; dr Piotr Kurpiewski			
Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin		Liczba punktów ECTS	
Formy zajęć		1	
Wykład		15 godzin - czynny udział w zajęciach	
Sposób realizacji zajęć		10 godzin - studiowanie literatury i przygotowywanie się do zajęć	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		Razem: 25 godzin = 1 ECTS	
Liczba godzin			
Wykład: 15 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	
		zaliczenie ustne	
		Podstawowe kryteria oceny	
		aktywne uczestnictwo w zajęciach (70%)	
		wypowiedź ustna (30%)	
Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się			
zakładany efekt uczenia się	czynny udział w zajęciach	zaliczenie ustne	
		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 K_W05, K_W12 K_U05, K_U07 K_K02	Wiedza K_W05, K_W12 Student: <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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: <ul style="list-style-type: none"> • 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	