

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): Ścieżka dyplomowania: MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W BIZNESIE					Kod modułu: D	
	Nazwa przedmiotu: ZARZĄDZANIE STRATEGICZNE W OBSZARZE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH					Kod przedmiotu: 37	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: INSTYTUT EKONOMICZNY						
	Nazwa kierunku: EKONOMIA						
	Forma studiów: SS		Profil kształcenia: praktyczny			Poziom kształcenia: studia I stopnia	
	Rok / semestr: IV/VII		Status przedmiotu /modułu: obowiązkowy			Język przedmiotu / modułu: polski	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć (godz.)	15	15				

Koordynator przedmiotu / modułu	dr Teresa Pietrulenicz
Prowadzący zajęcia	dr Teresa Pietrulenicz; dr Henryk Gawroński; dr Mariusz Darabasz; mgr Bartosz Kalisz
Cel kształcenia przedmiotu / modułu	Opanowanie przez studentów wiedzy oraz nabycie praktycznych umiejętności i kompetencji niezbędnych dla prowadzenia efektywnych działań biznesowych z wykorzystaniem mediów społecznościowych.
Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu zarządzania, marketingu, funkcjonowania nowych technologii oraz procesów mikro i makroekonomicznych.

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
Wiedza (Ma wiedzę w zakresie...)		
01	Opisuje metody zarządzania strategicznego w obszarze mediów społecznych oraz pojęcia związane z komunikacją wewnętrzną i zewnętrzną organizacji.	K1P_W05
02	Opisuje modele biznesowe mediów elektronicznych oraz technologie informacyjne mające wpływ na kreowanie wartości przedsiębiorstwa..	K1P_W10
03	Charakteryzuje rodzaje komunikacji z wykorzystaniem nowych mediów w modelach e-biznesu.	K1P_W13
Umiejętności (Potrafi...)		
04	Weryfikuje zdobytą wiedzę teoretyczną i praktyczną w zakresie zarządzania strategicznego w obszarze mediów społecznościowych.	K1P_U01
05	Porównuje narzędzia technologii informacyjnych w procesie podejmowania decyzji związanych z sektorem mediów.	K1P_U09
Kompetencje społeczne		
06	Pracuje w zespole, przyjmuje różne role w grupie.	K1P_K01
07	Dbą o właściwą komunikację z otoczeniem w miejscu pracy i poza miejscem pracy, wykorzystuje różne środki komunikacji.	K1P_K02

TREŚCI PROGRAMOWE

Wykład
Zarządzanie strategiczne a przedsiębiorczość nowych mediów; Rozwój technologii ICT jako wyzwanie dla e-biznesu; Przekształcenia modeli biznesowych mediów elektronicznych; Nowe modele e-biznesu - aspekty instytucjonalne; Rola cloud computingu w kreowaniu przedsiębiorczości; Strategia dobrowolnego dzielenia się aktywami niematerialnymi – sieciowe platformy usługowe; Ekonomiczne uwarunkowania modeli biznesu w internecie; Model Delta. Analiza podejścia Haxa i Wilde’a; Model Amita i Zotta; Szablon Osterwaldera i Pigneura.
Ćwiczenia
Model biznesu sektora mediowego w Polsce – uwarunkowania i sprzężenia zwrotne; Model biznesu grupy

Allegro; Zaangażowanie społeczności klientów i innowacje popytowe banku pomysłów; Zmiany modelu biznesu na rynku mody poprzez media społecznościowe – startupy modowe; Wykorzystanie konfliktu społecznego w procesie kreowania wartości przedsiębiorstwa przez media społecznościowe; Modele biznesowe polskich firm internetowych – analiza sposobów i efektywności tworzenia wartości.

Literatura podstawowa	Hejduk I. (red.) Przedsiębiorczość nowych mediów. Analiza modeli biznesowych firm internetowych, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2013. Doligalski T. (red.), Modele biznesu w internecie. Teoria i studia przypadków polskich firm, PWN, Warszawa 2014.
Literatura uzupełniająca	Szpringer W., Innowacyjne modele e-biznesu. Aspekty instytucjonalne, Difin, Warszawa 2012.
Metody kształcenia	Wykład w elementami dyskusji i metod oglądowych (prezentacje), polegających na identyfikacji i odtwarzaniu (modelowaniu) zrealizowanych dobrych modeli biznesu z wykorzystaniem mediów społecznościowych; praca indywidualna i grupowa, praca z tekstem, dyskusja, zadania praktyczne (projektowe), wykorzystanie technik multimedialnych.

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Rozwiązywanie problemów teoretycznych i praktycznych (studium przypadków)/ przygotowanie projektu/egzamin pisemny		01 - 05
Aktywny udział w zajęciach		06 - 07
Formy i warunki zaliczenia	Egzamin pisemny obejmujący wiedzę z wykładów oraz zalecanej literatury (50%). Ćwiczenia – przygotowanie projektu (50%).	

NAKŁAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach	15	
Samodzielne studiowanie	10	
Udział w ćwiczeniach audytoryjnych i laboratoryjnych, warsztatach, seminariach	15	15
Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń	20	20
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	24	24
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	15	15
Udział w konsultacjach	2	
Inne		
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	101	74
Liczba punktów ECTS za przedmiot	4	
Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej	EKONOMIA I FINANSE 1,5 ECTS NAUKI O ZARZĄDZANIU I JAKOŚCI 2,5 ECTS	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	3	
Liczba punktów ECTS za zajęciami wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,3	