



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Makrootoczenie przedsiębiorstwa

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji		Cykl dydaktyczny 2024/25	
Specjalność -		Kod zajęć 14NMKS.210.11127.24	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy	
Forma studiów studia stacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty ogólne	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski		
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski, Krzysztof Hajder		
Okres Semestr 1	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 15, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów z wiedzą w zakresie badań rynku z uwzględnieniem roli makro otoczenia
C2	Zaprezentowanie i wykształcenie umiejętności korzystania z technik efektywnego, analizowania sytuacji rynkowych opartych o wnikiwe, innowacyjne formy badania rynku w szczególności w zakresie makroekonomicznym

Wymagania wstępne

· Wiedza z zakresu podstaw ekonomii

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Poszerzy wiedzę na temat roli makroekonomicznej analizy rynku w doborze odpowiednich instrumentów rozwoju indywidualnego biznesu	NMK_K2_W01, NMK_K2_W03, NMK_K2_W04, NMK_K2_W06, NMK_K2_W07	Prezentacja multimedialna
W2	Ma wiedzę na temat wpływu mierników i determinant (w tym politycznych) rozwoju gospodarczego na sytuację przedsiębiorstwa	NMK_K2_W05, NMK_K2_W06, NMK_K2_W07, NMK_K2_W08	Prezentacja multimedialna
W3	Rozumie potrzebę ciągłego doskonalenia posiadanych umiejętności w celu skutecznego badania i funkcjonowania na rynku	NMK_K2_W02, NMK_K2_W03, NMK_K2_W04	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi zdefiniować potrzeby i zachowań konsumentów na rynku w skali całej gospodarki	NMK_K2_U01, NMK_K2_U02, NMK_K2_U04, NMK_K2_U06, NMK_K2_U07	Projekt
U2	Potrafi określić specyfikę konsumentów, badać udział w krajowym rynku marek i produktów	NMK_K2_U04, NMK_K2_U06, NMK_K2_U07	Projekt
U3	Potrafi być aktywny, wykazując kreatywność w prowadzeniu analiz i formułowaniu koncepcji, modeli i strategii badań	NMK_K2_U06, NMK_K2_U07, NMK_K2_U08, NMK_K2_U10	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Identyfikuje zmiany postaw nabywców, rozpoznaje motywy aktywności konsumenckiej z uwzględnieniem wpływu czynników ekonomicznych w skali makro i czynników politycznych	NMK_K2_K02, NMK_K2_K03, NMK_K2_K05, NMK_K2_K06	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Poznanie rynku dzięki wykorzystaniu źródeł pierwotnych i wtórnych	W1, W2, W3, K1	Wykład
2.	Analiza i ocena wpływu predykcji inflacji na decyzje inwestycyjne	W1, U1, U2	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
3.	Prognozowanie rozwoju gospodarczego w świetle realizowanej polityki gospodarczej a pozycja rynkowa w poszczególnych dziedzinach biznesu	U1, U2, U3, K1	Wykład
4.	Sytuacja na rynku pracy a plany zatrudnienia	W2, W3, U3	Wykład
5.	Badania udziałów rynkowych w skali gospodarki	W3, U2, U3	Wykład
6.	Analizowanie danych sprzedażowych i statystycznych	W1, W3, U2, K1	Wykład
7.	Praktyczne wykorzystanie narzędzi Google (Google Global Market Finder, Consumer Barometer, Google Analytics, Google AdWords)	U2, U3, K1	Wykład

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Metoda analizy przypadków, Metoda projektu, Pokaz i obserwacja

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Mruk H.: Analiza rynku. Wyd. PWE, Warszawa 2003.
2. Begg D., Vernasca G., Fisher S., Dornbush R., Makroekonomia, wydanie V zmienione, przekład: Czarny B., Horbaczewska B., Matkowski Z., Próchniak M., Rapacki R., Znoykowicz-Wierzbińska M., Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2014

Dodatkowa

1. Solomon M. R. Zachowania i zwyczaje konsumentów, Łódź 2006.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	15

Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Czytanie wskazanej literatury	5
Przygotowanie do zajęć	10
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej w zakresie komunikowania w nowych mediach
NMK_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu społecznym i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
NMK_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
NMK_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i nowych mediów
NMK_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
NMK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
NMK_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym redakcji, działów odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne, reklamę i marketing w organizacjach komercyjnych i niekomercyjnych oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
NMK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
NMK_K2_U10	Absolwent/ka potrafi posługiwać się językiem obcym w zakresie dziennikarstwa i komunikowania społecznego, ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów, zgodnie z wymaganiami określonymi dla poziomu B2+ Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego
NMK_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach, a także sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o bezpieczeństwie
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą mediów cyfrowych (w szczególności internetu) oraz ich wpływem na społeczeństwo
NMK_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_W06	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego oraz wynikające z nich konsekwencje
NMK_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związane z sektorem nowych mediów i komunikacji społecznej

Kod	Treść
NMK_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i internetu, a także procesów w nich zachodzących i identyfikowania rządzących nim prawidłowości