



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Makrootoczenie przedsiębiorstwa

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14NMKS.210.11127.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty ogólne
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., Znoykowski-Wierzbicka 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