

Ekonomika mediów

Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna Specjalność - Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia niestacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14DKSN.22K.13490.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski	
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski	
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 20, Egzamin	Liczba punktów ECTS 3

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów w najważniejszych teoriach ekonomiki mediów
C2	Przedstawienie zasad funkcjonowania przedsiębiorstw (firm) medialnych
C3	Zapoznanie studentów z zasadami finansowania mediów
C4	Omówienie specyfiki współczesnych rynków medialnych, w szczególności polskiego

Wymagania wstępne

Podstawy 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	Zna sposoby finansowania przedsiębiorstw medialnych	DKS_K2_W02, DKS_K2_W03, DKS_K2_W04, DKS_K2_W07	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
W2	Posiada orientację w specyfice polskiego rynku mediów i reklamy	DKS_K2_W02, DKS_K2_W03, DKS_K2_W09, DKS_K2_W11	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Umie przygotować biznesplan dla przedsiębiorstwa medialnego	DKS_K2_U03, DKS_K2_U04, DKS_K2_U06, DKS_K2_U08	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
U2	Potrafi opracować dokumenty niezbędne do powstania firmy medialnej	DKS_K2_U05, DKS_K2_U06, DKS_K2_U08, DKS_K2_U11	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Jest przygotowany do poszukiwania źródeł finansowania mediów	DKS_K2_K01, DKS_K2_K02, DKS_K2_K03, DKS_K2_K06	Egzamin pisemny, Egzamin ustny
K2	Jest przygotowany do pracy w mediach w działach administracji, marketingu i reklamy	DKS_K2_K04, DKS_K2_K05, DKS_K2_K06	Egzamin pisemny, Egzamin ustny

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Pojęcie i przedmiot ekonomii mediów	W1, W2	Wykład
2.	Miejsce mediów w gospodarce	W2, K2	Wykład
3.	Firmy/przedsiębiorstwa medialne w Polsce i na świecie	W2, U1	Wykład
4.	Charakterystyka ekonomiczna prasy drukowanej	W1, W2, U1, U2	Wykład
5.	Charakterystyka ekonomiczna radia	W1, W2, U1, U2	Wykład
6.	Charakterystyka ekonomiczna telewizji	W1, W2, U1, U2	Wykład
7.	Charakterystyka ekonomiczna mediów internetowych	W1, W2, U1, U2	Wykład

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
8.	Proces koncesyjny	W1, W2, U1, U2	Wykład
9.	Umowy licencyjne i wydawnicze	U1, K1, K2	Wykład
10.	Umowy z pracownikami/dziennikarzami	U1, U2, K1, K2	Wykład
11.	Monetyzacja dziennikarstwa i przedsiębiorcze dziennikarstwo	W1, U2, K1, K2	Wykład
12.	Sponsoring i lokowanie produktów	W1, U1, U2	Wykład
13.	Finansowanie mediów publicznych	W1, U1, U2, K1, K2	Wykład
14.	Problemy etyczne w mediach – w tym kryptoreklama	W1, K1, K2	Wykład

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Metoda analizy przypadków

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. T. Kowalski, Między twórczością a biznesem. Wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce, Warszawa 2008
2. www.wirtualnemedia.pl

Dodatkowa

1. T. Kowalski, B. Jung, Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów, Warszawa 2006
2. D. C. Hallin, P. Mancini, Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym, Kraków 2007
3. K. Jakubowicz, Media publiczne. Początek końca czy nowy początek, Warszawa 2007.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
------------------------	---

Wykład	20
Przygotowanie do egzaminu	55
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 75
Liczba punktów ECTS	ECTS 3

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
DKS_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
DKS_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
DKS_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
DKS_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarza i specjalisty ds. komunikowania
DKS_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarza i specjalisty ds. komunikacji
DKS_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej
DKS_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
DKS_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
DKS_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i działań promocyjno-reklamowych
DKS_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu medialnego
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W04	Absolwent/ka zna i rozumie fundamentalne dylematy współczesnej cywilizacji, związane z rozwojem i rolą mediów oraz ich wpływem na społeczeństwo
DKS_K2_W07	Absolwent/ka zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związane z sektorem mediów i komunikacji
DKS_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę mediów i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji
DKS_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji i sposoby pracy w redakcji, agencji promocyjno-reklamowej lub komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne w zależności od wybranej specjalności