

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Strategie biznesowe w przedsiębiorstwach medialnych, PG_00167034						
Kierunek studiów	Produkcja form audiowizualnych (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć z obszarów nauk humanistycznych lub nauk społecznych Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny		
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			1.0		
Profil kształcenia	praktyczny	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Badań nad Kulturą -> Zakład Produkcji Form Audiowizualnych						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Grzegorz Fortuna-Skowron					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	10		1.0		14.0	25
Cel przedmiotu	Student zdobywa wiedzę na temat planowania i rodzajów strategii biznesowych. Poznaje jak osiągnąć i utrzymać przewagę konkurencyjną oraz rozumie czym jest sukces firmy.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[PFAL3_W12] Zna podstawy zarządzania niezbędne do prowadzenia działalności z zakresu produkcji audiowizualnej.	Student zdobywa wiedzę z zakresu zarządzania strategią ze szczególnym uwzględnieniem uwarunkowań rynku medialnego.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW5] realizacja zadania problemowego
	[PFAL3_U05] Posiada umiejętność oceny wartości projektu audiowizualnego z punktu widzenia komercyjnego.	Student dobiera i selekcjonuje strategię (w tym adaptuje do własnych pomysłów różne formy kreacji źródeł zysku) i potrafi ocenić ich perspektywiczność w sferze przyszłej komercjalizacji.	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[PFAL3_W05] Rozumie specyfikę produkcji audiowizualnej.	Student zna podstawową metodykę strategiczną i umiejętnie dobiera narzędzia do specyficznych wymagań biznesowych rynku produkcji filmowej.	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja
	[PFAL3_U07] Potrafi prowadzić firmę na rynku audiowizualnym.	Student posiada umiejętność rozwiązywania podstawowych problemów związanych ze wczesną fazą prowadzenia własnego przedsiębiorstwa na rynku medialnym.	[SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[PFAL3_K02] Jest przygotowany do brania aktywnego udziału w działalności instytucji, organizacji oraz grup społecznych zajmujących się produkcją audiowizualną.	Student nabywa kompetencje holistycznego i proaktywnego działania w sferze biznesu audiowizualnego.	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
Treści przedmiotu	-tworzenie planu strategicznego i zrozumienie źródeł zysku wg. A. Slywotzkiego -analiza rynku medialnego w Polsce; analizy strategiczne; -bussines model canvas -myślenie strategiczne; kluczowe wskaźniki efektywności; -analiza organizacyjna		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	Wypowiedź ustna	51.0%	70.0%
	Aktywne uczestnictwo w zajęciach	80.0%	30.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	B. Tracy, Strategie biznesowe, MT Biznes 2017. Slywotzky, A.J., Morisson, D.J., Andelman, B. (2000). Strefa zysku. Warszawa: PWE https://www.parp.gov.pl/publications/publication/jak-przygotowac-dobry-business-model-canvas	
	Uzupełniająca lista lektur	https://timo.wz.uw.edu.pl/wp-content/uploads/2016/09/20-Marcin-Kardas-Poj%C4%99cia-i-typy-modeli-biznesu-Klincewicz-Krzysztof-red-Zarzadzanie-organizacje-i-organizowanie.pdf	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Powiązanie wybranego konceptu biznesu filmowego ze źródłami zysku A. Slywotzkiego.		
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.