



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ NOWYCH MEDIÓW, PG_00061066						
Kierunek studiów	Zarządzanie (4 semestralne), Zarządzanie (3 semestralne)						
Data rozpoczęcia studiów	luty 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć fakultatywnych		
Forma studiów	niestacjonarne (on-line)	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	4	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	ogólnoakademicki	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Zarządzania						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	prof. dr hab. Jan Kreft					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu	prof. dr hab. Jan Kreft					
Formy zajęć i metody nauczania	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	16.0	0.0	0.0	0.0	0.0	16
	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	16		4.0		30.0	50
Cel przedmiotu	Analizuje i ocenia procesy zarządzania w organizacjach nowych mediów uwzględniając kontekst prawny i etyczny						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu	
	[K7_K01] uznaje znaczenie wiedzy związanej z kierunkiem w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych		wyjaśnia poznawcze i praktyczne problemy ekonomiczne bazując na wiedzy pozyskanej na kierunku studiów			[SK5] Ocena umiejętności rozwiązywania problemów występujących w praktyce	
[K7_W04] analizuje w pogłębiony sposób złożone problemy zarządzania na podstawie wiarygodnych danych i właściwie dobranych metod, uzyskując logiczne rozwiązania		analizuje w pogłębiony sposób problemy zarządzania organizacjami nowych mediów			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
Treści przedmiotu	Zarządzanie medialną organizacją idealną studia przypadku Organizacje antykonkurencyjne studia przypadku Dlaczego Google i Facebook muszą upaść? W stronę blockchainu Sakralizacja organizacji Dolina Krzemowa Automitologizowanie redefinicja Google, Facebooka, Amazon, Spotify Zarządzanie a atrofia granic + problem destrukcyjnych innowacji Metafory, aporie i mity, mitologizowanie organizacji, zasobów / procesów, kompetencji Mit równości a asymetria zależności (producenci vs dystrybutorzy w nowych mediach). Studia przypadku: Facebook (Instant Articles)						
Wymagania wstępne i dodatkowe							
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)		Próg zaliczeniowy			Składowa oceny końcowej	
	Zaliczenie końcowe		51.0%			100.0%	

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	Alvesson M., (1990). Organization: From Substance to Image, w: Organization Studies, 11(3): s. 373394 Boje, D. M., Fedor, D. B., & Rowland, K. M. (1982). Myth making: A qualitative step in OD interventions. The Journal of Applied Behavioral Science, 18(1), 17-28 Celiński, P. (2013). Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych, Lublin: Wydawnictwo UMCS Hatch Jo. M. (2002). Teoria organizacji. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN Kreft J. (2019). Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i facebooka. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego Kreft J. (2015). Za fasadą społeczności, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego
	Uzupełniająca lista lektur	Brak
	Adresy eZasobów	Adresy na platformie eNauczanie:
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Analiza strategii: Google, WeChat, Baidu, Alibaby, Facebooka, Twittera, You Tube, Instagrama, Wikipedii itd. Start-upy a monopole Big data a zarządzanie strategiczne Zawłaszczanie wartości Analiza konsekwencji asymetrii zależności Problem fake news a zarządzanie organizacją Problem władzy mediów Strategia wobec ad-blockingu Sakralizacja zasobów organizacji nowomediowej	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.