



Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	ZARZĄDZANIE ORGANIZACJĄ NOWYCH MEDIÓW, PG_00053115						
Kierunek studiów	Zarządzanie (4 semestralne), Zarządzanie (3 semestralne)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2023 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2024/2025				
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki				
Forma studiów	niestacjonarne	Sposób realizacji	mieszane (blended-learning)				
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski brak				
Semestr studiów	3	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: 12.0						
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	2.0	32.0	50		
Cel przedmiotu	Poznanie najważniejszych pojęć związanych ze zarządzaniem organizacjami medialno- technologicznymi. Na podstawie studiów przypadku krytyczna interpretacja strategii najważniejszych podmiotów, roli mitów w zarządzaniu oraz zapoznanie z koncepcją zarządzania humanistycznego.						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu		
	[K7_W13] zna prawne aspekty oraz zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, a także konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej	Student zna interpretacje wpływu mediów, w tym związane z zarządzaniem algorytmicznym			[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym [SW1] Ocena wiedzy faktograficznej		
	[K7_W02] ma pogłębioną wiedzę z zakresu klasycznych i nowoczesnych koncepcji zarządzania oraz możliwości ich zastosowania w zarządzaniu współczesnymi organizacjami różnego typu	Rozumie procesy społeczno - gospodarcze oraz wpływ technologii dotyczące ewolucji nowych mediów			[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym [SW2] Ocena wiedzy zawartej w prezentacji		
	[K7_U02] analizuje złożone procesy i zjawiska gospodarcze stosując wybrane metody i techniki analizowania danych społeczno-ekonomicznych, jak również formułuje własne opinie i wnioski dotyczące tych procesów i zjawisk	Zna i rozumie procesy zarządzania nowymi mediami i funkcje mediów			[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu [SU1] Ocena realizacji zadania		

Treści przedmiotu	<p>Zarządzanie medialną organizacją idealną studia przypadku</p> <p>Organizacje antykonkurencyjne studia przypadku</p> <p>Dlaczego Google i Facebook muszą upaść? W stronę blockchainu.</p> <p>Sakralizacja organizacji Dolina Krzemowa</p> <p>Automitologizowanie redefinicja Google, Facebooka, Amazon, Spotify</p> <p>Zarządzanie a atrofia granic + problem destrukcyjnych innowacji.</p> <p>Metafory, aporie i mity mitologizowanie organizacji, zasobów / procesów, kompetencji</p> <p>Mit równości a asymetria zależności (producenci v. dystrybutorzy nowych mediach). Studia przypadku: Facebook (Instant Articles)</p>		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Znajomość podstawowych terminów związanych zarządzaniem organizacjami		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	praca zaliczeniowa	51.0%	100.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<ol style="list-style-type: none"> 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	<p>Alvesson M., (1990). Organization: From Substance to Image, w: Organization Studies, 11(3): s. 373394.</p> <p>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.</p> <p>Celiński, P. (2013). Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych, Lublin: Wydawnictwo UMCS.</p> <p>Hatch Jo. M. (2002). Teoria organizacji. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.</p> <p>Kreft J. (2019). Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i facebooka. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.</p> <p>Kreft J. (2015). Za fasadą społeczności, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego</p>	

	Adresy eZasobów	<p>Podstawowe</p> <p>https://www.researchgate.net/profile/David-Boje/publication/250959220_Myth_Making_A_Qualitative_Step_in_OD_Interventions/links/57d8207008ae5f03b4984ada/Myth-Making-A-Qualitative-Step-in-OD-Interventions.pdf - D. Boje, Myth Making, pdf</p> <p>Uzupełniające</p> <p>Adresy na platformie eNauczanie:</p> <p>Zarządzanie organizacją nowych mediów - Moodle ID: 26689 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26689</p> <p>Zarządzanie organizacją nowych mediów (NSTAC) - Moodle ID: 26692 https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26692</p>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>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.</p>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.