



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 (on-line)	Sposób realizacji			mieszane (blended-learning)		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski polski		
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	Zna podstawy zarządzania organizacją cyfrowych mediów, z wykorzystaniem różnych narzędzi, podejmując decyzje na podstawie interpretacji uzyskanych wyników						
Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy		Efekt z przedmiotu			Sposób weryfikacji i oceny efektu	
	[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		wdraża na podstawie pozyskanej wiedzy zarządzania kompetentne decyzji o formie organizacyjnej przedsiębiorstw i małych instytucji, zapewniające utrzymanie wartości ekonomicznych, społecznych i środowiskowych			[SU3] Ocena umiejętności wykorzystania wiedzy uzyskanej w ramach przedmiotu	
	[K7_W02] ma pogłębioną wiedzę z zakresu klasycznych i nowoczesnych koncepcji zarządzania oraz możliwości ich zastosowania w zarządzaniu współczesnymi organizacjami różnego typu		analizuje w pogłębiony sposób procesy zarządzania, stosując właściwe metody analizy problemów właściwych dla odpowiednich obszarów organizacji			[SW1] Ocena wiedzy faktograficznej	
	[K7_W13] zna prawne aspekty oraz zasady ochrony własności przemysłowej i prawa autorskiego, a także konieczność zarządzania zasobami własności intelektualnej		wdraża zasady prawne, w tym ochrony własności i dotyczące własności intelektualnej			[SW3] Ocena wiedzy zawartej w opracowaniu tekstowym i projektowym	

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 (np. 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						
	prace zaliczeniowe	51.0%	100.0%						
Zalecana lista lektur	<table border="1"> <tr> <td data-bbox="448 904 794 1547">Podstawowa lista lektur</td> <td colspan="2" data-bbox="794 904 1487 1547"> <p>Alvesson M., (1990). Organization: From Substance to Image, w: Organization Studies, 11(3): s. 373394.</p> <p>Boje, D. M., Fedor, D. B., &amp; 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> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="448 1554 794 1872">Uzupełniająca lista lektur</td> <td colspan="2" data-bbox="794 1554 1487 1872"> <p>Drażek Z., Niemczynowicz B.: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem, PWE, 2003</p> <p>Kreft J., Władza algorytmów, Universitas</p> <p>Kreft J. Władza platform, Universitas</p> <p>da Silva (2024). Value Creation in Technology-Driven Ecosystems: Role of Coopetition in Industrial Networks</p> </td> </tr> </table>			Podstawowa 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., &amp; 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>		Uzupełniająca lista lektur	<p>Drażek Z., Niemczynowicz B.: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem, PWE, 2003</p> <p>Kreft J., Władza algorytmów, Universitas</p> <p>Kreft J. Władza platform, Universitas</p> <p>da Silva (2024). Value Creation in Technology-Driven Ecosystems: Role of Coopetition in Industrial Networks</p>	
Podstawowa 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., &amp; 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>								
Uzupełniająca lista lektur	<p>Drażek Z., Niemczynowicz B.: Zarządzanie strategiczne przedsiębiorstwem, PWE, 2003</p> <p>Kreft J., Władza algorytmów, Universitas</p> <p>Kreft J. Władza platform, Universitas</p> <p>da Silva (2024). Value Creation in Technology-Driven Ecosystems: Role of Coopetition in Industrial Networks</p>								

	Adresy eZasobów	<p>Podstawowe</p> <p><a href="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">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</a> - Boje, Myth Making, pdf</p> <p>Uzupełniające</p> <p>Adresy na platformie eNauczanie:</p> <p>Zarządzanie organizacją nowych mediów (NSTAC) - Moodle ID: 26692  <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26692">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26692</a></p> <p>Zarządzanie organizacją nowych mediów - Moodle ID: 26689  <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26689">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=26689</a></p> <p>Zarządzanie organizacją nowych mediów on-line - Moodle ID: 40062  <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=40062">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=40062</a></p>
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Wymień metody analizy strategicznej</p> <p>Wymień bariery / wyjścia wejścia do sektora mediów</p> <p>Omów Studia przypadków</p> <p>Scharakteryzuj rodzaje i metodykę tworzenia scenariuszy przyszłości</p>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.