



Karta przedmiotu

|  |  |  |                        |                       |  |            |       |
|--|--|--|------------------------|-----------------------|--|------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Zarządzanie organizacją nowych mediów , PG_00072189  |  |                        |                       |  |            |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie (4 semestralne), Zarządzanie (3 semestralne)   |  |                        |                       |  |            |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2025 r.  | Rok akademicki realizacji przedmiotu   |                        |                       | 2026/2027  |            |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia   | Grupa zajęć  |                        |                       | Grupa zajęć fakultatywnych<br>Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki |            |       |
| Forma studiów                            | niestacjonarne   | Sposób realizacji  |                        |                       | na uczelni   |            |       |
| Rok studiów                              | 2  | Język wykładowy  |                        |                       | polski   |            |       |
| Semestr studiów                          | 3  | Liczba punktów ECTS  |                        |                       | 3.0  |            |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki   | Forma zaliczenia   |                        |                       | zaliczenie   |            |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydziały Politechniki Gdańskiej -> Wydział Zarządzania i Ekonomii -> Katedra Zarządzania   |  |                        |                       |  |            |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Od odpowiedzialny za przedmiot   | prof. dr hab. Jan Kreft  |                        |                       |  |            |       |
|  | Prowadzący zajęcia z przedmiotu  |  |                        |                       |  |            |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć  | Wykład   | Ćwiczenia              | Laboratorium          | Projekt  | Seminarium | RAZEM |
|  | Liczba godzin zajęć  | 8.0  | 16.0                   | 0.0                   | 0.0  | 0.0        | 24    |
|  | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0  |  |                        |                       |  |            |       |
|  | Adres kursu na platformie eNauczenie: <a href="https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=46416">https://enauczanie.pg.edu.pl/moodle/course/view.php?id=46416</a>  |  |                        |                       |  |            |       |
| 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   | 24   | 4.0                    | 47.0                  | 75   |            |       |
| Cel przedmiotu                           | przygotowanie studentów do analizy i interpretacji procesów zarządzania organizacjami nowych mediów, na bazie wiedzy dotyczącej koncepcji zarządzania, prawa własności intelektualnej i wpływu technologii, oraz kształtowanie postaw związanych z odpowiedzialnym wykorzystywaniem mediów i krytycznym podejściem do ich roli w gospodarce i społeczeństwie w kontekście organizacji medialno-technologicznych. |  |                        |                       |  |            |       |
| Efekty uczenia się przedmiotu            | Efekt kierunkowy   | Efekt z przedmiotu   |                        |                       | Sposób weryfikacji i oceny efektu  |            |       |
|  | [K7_U05] współdziała z innymi osobami w realizacji pracy zespołowej, zarówno w roli lidera jak i członka zespołu, osiągając skutecznie założone cele   | potrafi współdziałać z innymi osobami w realizacji projektów związanych z zarządzaniem organizacjami nowych mediów, pełniąc zarówno rolę lidera, jak i członka zespołu, w celu osiągnięcia założonych celów analitycznych i decyzyjnych. |                        |                       | [SU1] Ocena realizacji zadania<br>[SU2] Ocena umiejętności analizy informacji  |            |       |
|  | [K7_W06] identyfikuje wiarygodne źródła informacji istotne dla analizowanych zagadnień   | zna i rozumie znaczenie wiarygodnych źródeł informacji w analizie zjawisk związanych z funkcjonowaniem organizacji nowych mediów oraz potrafi identyfikować i oceniać ich przydatność w procesach decyzyjnych.                           |                        |                       | [SW1] Ocena wiedzy faktograficznej   |            |       |

|   |   |   |                         |
|---|---|---|-------------------------|
| Treści przedmiotu   | Treści przedmiotu - wykład  |   |                         |
|   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie medialną organizacją idealną studia przypadku</li> <li>2. Organizacje antykonkurencyjne studia przypadku</li> <li>3. Dlaczego Google i Facebook muszą upaść? W stronę blockchainu</li> <li>4. Sakralizacja organizacji Dolina Krzemowa</li> <li>5. Automitologizowanie redefinicja Google, Facebooka, Amazon, Spotify</li> <li>6. Zarządzanie a atrofia granic + problem destrukcyjnych innowacji</li> <li>7. Metafory, aporie i mity, mitologizowanie organizacji, zasobów / procesów, kompetencji</li> <li>8. Mity równości a asymetria zależności (producenci vs dystrybutorzy w nowych mediach). Studia przypadku: Facebook (Instant Articles)</li> </ol> |   |                         |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                     | Treści przedmiotu - ćwiczenia   |   |                         |
|   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Zarządzanie medialną organizacją idealną studia przypadku</li> <li>2. Organizacje antykonkurencyjne studia przypadku</li> <li>3. Dlaczego Google i Facebook muszą upaść? W stronę blockchainu</li> <li>4. Sakralizacja organizacji Dolina Krzemowa</li> <li>5. Automitologizowanie redefinicja Google, Facebooka, Amazon, Spotify</li> <li>6. Zarządzanie a atrofia granic + problem destrukcyjnych innowacji</li> <li>7. Metafory, aporie i mity, mitologizowanie organizacji, zasobów / procesów, kompetencji</li> <li>8. Mity równości a asymetria zależności (producenci vs dystrybutorzy w nowych mediach). Studia przypadku: Facebook (Instant Articles)</li> </ol> |   |                         |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się     | Sposób oceniania (składowe)   | Próg zaliczeniowy   | Składowa ocena końcowej |
|   | Egzaminy ustny  | 60.0%   | 50.0%                   |
|   | Praca zaliczeniowa  | 60.0%   | 50.0%                   |
| Zalecana lista lektur   | Podstawowa lista lektur   | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Alvesson M., (1990). Organization: From Substance to Image, w: Organization Studies, 11(3): s. 373394</li> <li>2. 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</li> <li>3. Celiński, P. (2013). Postmedia. Cyfrowy kod i bazy danych, Lublin: Wydawnictwo UMCS</li> <li>4. Hatch Jo. M. (2002). Teoria organizacji. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN</li> <li>5. Kreft J. (2019). Władza algorytmów. U źródeł potęgi Google i facebooka. Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego</li> <li>6. Kreft J. (2015). Za fasadą społeczności, Kraków: Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego</li> </ol> |                         |
|   | Uzupełniająca lista lektur  | .   |                         |
|   | Adresy eZasobów   |   |                         |
| Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania | Analiza strategii: Google, WeChat, Baidu, Alibaby, Facebooka, Twittera, You Tube, Instagrama, Wikipedii itd.<br>Start-upy a monopole<br>Big data a zarządzanie strategiczne<br>Zawłaszczanie wartości<br>Analiza konsekwencji asymetrii zależności<br>Problem fake news a zarządzanie organizacją<br>Problem władzy mediów<br>Strategia wobec ad-blockingu<br>Sakralizacja zasobów organizacji nowomediowej   |   |                         |
| Zajęcia praktyczne w ramach przedmiotu                            | Nie dotyczy   |   |                         |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.