

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Ekonomika mediów (Wykład), PG_00152482						
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu		2026/2027		
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć		Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów		
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji		na uczelni		
Rok studiów	2		Język wykładowy		polski		
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS		2.0		
Profil kształcenia	praktyczny		Forma zaliczenia		egzamin		
Jednostka prowadząca							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Grzegorz Kapuściński				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	30.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30		2.0		0.0	32
Cel przedmiotu	Student pozyska wiedzę o specyfice i roli ekonomiki mediów. Pozna strukturę międzynarodowego rynku mediów, formy organizacji rynku medialnego, zjawisko konkurencji na rynku mediów, relacje rynkowe klasycznych i nowych mediów.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DZiKSMU2_W03] Ma rozszerzoną wiedzę na temat metod i teorii właściwych badaniom medioznawczym oraz istniejących między nimi zależności oraz wiedzę z zakresu innych dyscyplin naukowych wnoszących teoretyczną i praktyczną podbudowę do zaawansowanej analizy zagadnień właściwych dla programu kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna.	Ma rozszerzoną wiedzę na temat metod i teorii właściwych badaniom medioznawczym oraz istniejących między nimi zależności w szczególności ze sfery ekonomiki mediów oraz wiedzę z zakresu innych dyscyplin naukowych wnoszących teoretyczną i praktyczną podbudowę do zaawansowanej analizy zagadnień właściwych dla programu kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, w odniesieniu do funkcjonowania instytucji medialnych na wolnym rynku.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[DZiKSMU2_U05] Posiada umiejętność integrowania wiedzy w zakresie komunikacji społecznej i mediów, a także jej zastosowania w sytuacjach profesjonalnych oraz oceny ryzyka i możliwych konsekwencji podejmowanych przedsięwzięć zawodowych	Posiada umiejętność integrowania wiedzy w zakresie komunikacji społecznej i mediów, a także jej zastosowania w sytuacjach profesjonalnych oraz oceny ryzyka i możliwych konsekwencji podejmowanych przedsięwzięć zawodowych w odniesieniu do funkcjonowania instytucji medialnych na wolnym rynku.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[DZiKSMU2_U04] Potrafi samodzielnie identyfikować i rozwiązywać problemy charakterystyczne dla działalności medialnej i okołomedialnej, dobierać środki i metody pracy adekwatne do prawidłowego wykonania zadań zawodowych.	Potrafi samodzielnie identyfikować i rozwiązywać problemy charakterystyczne dla działalności medialnej i okołomedialnej, dobierać środki i metody pracy adekwatne do prawidłowego wykonania zadań zawodowych w sferze funkcjonowania instytucji medialnych na wolnym rynku.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[DZiKSMU2_U02] Potrafi skutecznie wykorzystać zdobytą wiedzę do krytycznej analizy procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych czy ekonomicznych	Potrafi skutecznie wykorzystać zdobytą wiedzę do krytycznej analizy procesów i zjawisk społecznych, kulturowych, politycznych czy ekonomicznych w odniesieniu do funkcjonowania instytucji medialnych na wolnym rynku.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/raport [SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna [SU4] test/egzamin - ustny lub pisemny
	[DZiKSMU2_W02] Zna w stopniu rozszerzonym terminologię właściwą dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz dostosowuje do niej aparat pojęciowy z dyscyplin pokrewnych. Ma świadomość zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów.	Zna w stopniu rozszerzonym terminologię właściwą dla dyscypliny nauki o komunikacji społecznej i mediach oraz dostosowuje do niej aparat pojęciowy z dyscyplin pokrewnych. Ma świadomość zastosowania tej wiedzy w działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów, w odniesieniu do funkcjonowania instytucji medialnych na wolnym rynku.	[SW4] test/egzamin - ustny lub pisemny [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport [SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
Treści przedmiotu	• Ekonomia a ekonomika mediów podstawowe pojęcia. • Media a gospodarka - konkurencyjność i globalizacja. • Produkcja i rynek i przemysł medialny. • Firmy medialne, medialne konglomeraty transnarodowe. • Konwergencja mediów. • Reklama a funkcjonowanie mediów • Prasa, radio, telewizja jako przedsiębiorstwa medialne. • Rynki medialne w perspektywie społeczeństwa informacyjnego.		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	egzamin pisemny	51.0%	100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	• Kowalski T., Media i pieniądze, Dom Wydawniczy Przedsiębiorstwa Handlowego TEXT, Warszawa 2008. • Kowalski T., Media na rynku, Wprowadzenie do ekonomiki mediów, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2006. • Kowalski T., Zarządzanie w mediach, Oficyna a Wolters Kluwer business, Warszawa 2013. • Kowalski T., Między twórczością a biznesem. Wprowadzenie do zarządzania w mediach i rozrywce, Wyd. Akad. i Profesjonalne, Warszawa 2008 • Kreft J., Ewolucja strategii transmedialnych korporacji transnarodowych, Wyd. Uniwersytetu Gdańskiego, Gdańsk 2012. • McQuail D., Teoria komunikowania masowego, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007. • Media i społeczeństwo, red. M. Sokołowski, Wydawnictwo A. Marszałek, Toruń 2008.
	Uzupełniająca lista lektur	• Bajka Z., Rynek mediów w Polsce [w:] Dziennikarstwo a świat mediów, Wyd. Universitas, Kraków 2000. • Halin D., Mancini P., Systemy medialne, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007. • Czarnecki A., Korsak R., Planowanie mediów w kampaniach reklamowych, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2001. • Kowalski T., Wprowadzenie do ekonomii mediów, [w:] Media, komunikacja, biznes elektroniczny, B. Jung (red.), Wydawnictwo Difin, Warszawa 2001.
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	Konwergencja mediów i jej wymiary i skutki. Produkcja medialna w nowych i starych mediach. Relacje teorii mediów, ekonomiki mediów i teorii kulturowych.	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.