

Kod przedmiotu: 2

## 1. INFORMACJE O PRZEDMIOCIE – SYLABUS

### A. Podstawowe dane

Nazwa przedmiotu/zajęć	Ekonomia z ekonomiką mediów
Nazwa przedmiotu/zajęć w języku angielskim	Economics and Media Economics
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o module public relations
Poziom studiów	I stopnia, licencjackie
Profil	praktyczny
Forma studiów	stacjonarne
Jednostka prowadząca kierunek	Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych w Jeleniej Górze Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych Katedra Nauk Społecznych
Imię i nazwisko nauczyciela(-li) i stopień lub tytuł naukowy osoby odpowiedzialnej za przygotowanie sylabusu	dr hab. Katarzyna Szalonka, prof. KANS
Przedmioty wprowadzające	brak
Wymagania wstępne	brak

### B. Semestralny/tygodniowy rozkład zajęć według planu studiów

Semestr	Wykłady (W)	Ćwiczenia (Ć)	Warsztaty (Wr)	Laboratoria (L)	Seminaria (S)	Zajęcia projektowe (P)	Liczba punktów ECTS*
3	15		15				3

## 2. CELE KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU

C1	Zapoznanie studentów z podstawowymi kategoriami ekonomicznymi.
C2	Zapoznanie studentów z istotą oraz zasadami kształtowania się rynku, popytu i podaży.
C3	Przekazanie studentom wiedzy dotyczącej podstawowych kategorii makroekonomii - cyklu koniunkturalnego, źródeł bezrobocia i inflacji oraz istoty pieniądza i polityki monetarnej.
C4	Zapoznanie studentów z mechanizmami funkcjonowania rynku mediów w Polsce.
C5	Zaznajomienie studentów z charakterystyką działalności podmiotów na rynku mediów.

## 3. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU

Lp.	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk II stopnia (kod składnika opisu)
<b>WIEDZA</b>			
W1	Student zna i rozumie uwarunkowania ekonomiczne i organizacyjne odnoszące się do pracy w instytucjach medialnych i związanych z komunikowaniem	K_W05	P6S_WK
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U1	Student potrafi samodzielnie zdobywać wiedzę i poszerzać umiejętności zawodowe związane z wybraną sferą działalności społecznej, medialnej i związanej z komunikowaniem	K_U07	P6S_UU
U2	Absolwent potrafi pracować i współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role, w tym także planować i organizować pracę indywidualną i zespołową	K_U08	P6S_UO
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K1	Absolwent jest gotów do myślenia i przedsiębiorczego działania w sferze komunikacji społecznej i mediów	K_K03	P6S_KO
K2	Absolwent jest gotów odpowiedzialnie wypełniać powierzone mu role zawodowe	K_K04	P6S_KR

#### 4. METODY DYDAKTYCZNE

Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, prelekcja, metoda przypadków, warsztaty

#### 5. FORMA I WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

**Wykład:** Egzamin pisemny sprawdzający wiedzę i umiejętności z treści programowych. Ocena z egzaminu pisemnego jest obliczana procentowo w następujący sposób:

- ocena bardzo dobra: 100% – 91% właściwych odpowiedzi,
- ocena dobra+: 90% – 81% właściwych odpowiedzi,
- ocena dobra: 80% – 71% właściwych odpowiedzi,
- ocena dostateczna+: 70% – 61% właściwych odpowiedzi,
- ocena dostateczna: 60% – 51% właściwych odpowiedzi.

W przypadku uzyskania ilości punktów mniejszej od 51% student otrzymuje ocenę niedostateczną.

**Warsztaty:** opracowanie projektu w trakcie zajęć warsztatowych i jego przedstawienie na zajęciach.

Ocenie podlega:

- a) zawartość merytoryczna – 10 pkt
- b) zgodność z tematem projektu – 10 pkt
- d) stopień wykorzystania materiałów źródłowych – 10 pkt
- e) trafność wnioskowania – 10 pkt

e) poprawność językowa – 10 pkt

max 50 pkt.

Do otrzymania oceny pozytywnej wymagane jest uzyskanie punktów (26 pkt)

Ocena bdb – 46 – 50 pkt

Ocena db+ - 41 – 45 pkt

Ocena db - 35 – 40 pkt

Ocena dst + 30 – 34 pkt

Ocena dst – 26 – 29 pkt

## 6. TREŚCI PROGRAMOWE

Wykład	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Podstawowe pojęcia i przedmiot ekonomii</li><li>2. Rynek, popyt, podaż</li><li>3. Przedsiębiorstwo</li><li>4. Gospodarstwo domowe</li><li>5. Współczesne systemy gospodarcze</li><li>6. Pieniądz i polityka monetarna</li><li>7. Cykl koniunkturalny. Bezrobocie i inflacja</li><li>8. Powtórzenie , dyskusja i podsumowanie</li></ol>
Warsztaty	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Informacje dotyczące warunków zaliczenia.</li><li>2. Wskazanie literatury.</li><li>3. Zapoznanie z programem i formą zajęć.</li><li>4. Indywidualne rozdzielenie zadań.</li><li>5. Przedmiot ekonomiki mediów, media w gospodarce.</li><li>6. Firmy i produkcje medialne, formy rynków medialnych.</li><li>7. Firmy medialne. Strategie firm medialnych.</li><li>8. Charakterystyka rynku mediów: czasopisma, radio, telewizja.</li><li>9. Powtórzenie i podsumowanie. Wystawienie i wpisanie ocen.</li></ol>

## 7. METODY (SPOSOBY) WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA

Efekt uczenia się	Forma oceny	
	Egzamin pisemny	Projekt
W1	X	
U1		X
U2		X
K1		X
K2		X

## 8. LITERATURA

Literatura podstawowa	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Milewski R., Kwiatkowski E. (red.), 2018, Podstawy ekonomii, PWN, Warszawa.</li><li>2. Kowalski T., Jung B., 2006, Media na rynku. Wprowadzenie do ekonomiki mediów. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa.</li><li>3. Flew T., 2010, Media globalne, Wydawnictwo Uniwersytetu</li></ol>
-----------------------	---

	<p>Jagiellońskiego, Kraków.</p> <p>4. Nierenberg B., 2011, Zarządzanie mediami. Ujęcie systemowe, Wyd. UJ, Kraków.</p> <p>5. Mroczko F., 2013, Wybrane aspekty ekonomiki mediów i działań pozarynkowych, [w:] M. Ursel, A. Woźny (red.) Media w regionach – regiony w mediach, ISBN 978-83-61955-27-6. Wyd. KPSW Jelenia Góra.</p>
Literatura uzupełniająca	<p>6. Andrzejewski P., 2009, Własność mediów a public relations na rynku prasowym, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, Poznań.</p> <p>7. Williams K., 2008, Media w Europie, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa</p>

## 9. NAKŁAD PRACY STUDENTA – BILANS GODZIN I PUNKTÓW ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta – liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela lub innych osób prowadzących zajęcia	Udział w zajęciach dydaktycznych, wskazanych w pkt. 1B	30
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	20
	Studiowanie literatury	15
	Inne (przygotowanie do egzaminu, zaliczeń, przygotowanie projektu itd.)	25
Łączny nakład pracy studenta		90
<b>Liczba punktów ECTS</b>		<b>3</b>

\* ostateczna liczba punktów ECTS