



**POLITECHNIKA
BYDGOSKA**
Wydział Zarządzania

Karta przedmiotu
Media i komunikacja

1. Informacje podstawowe

Kierunek studiów zarządzanie Jednostka zarządzająca kierunkiem studiów Wydział Zarządzania Poziom studiów drugiego stopnia (mgr) Profil studiów Profil ogólnoakademicki Forma studiów studia niestacjonarne		Cykl kształcenia (nabór) 2024/25 Kod przedmiotu 08ZAN.DM8B.3302.24 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy Blok zajęciowy Przedmioty podstawowe
Wymagania wstępne	Brak wymagań	
Przedmioty wprowadzające	Brak przedmiotów wprowadzających	
Koordinator	Izabela Chudzyńska	

Okres Semestr 4	Forma zaliczenia Zaliczenie na ocenę Forma prowadzenia i godziny zajęć Wykład: 10 Ćwiczenia laboratoryjne: 10	Liczba punktów ECTS 2.0
---------------------------	---	-----------------------------------

2. Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Opis efektów uczenia się	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się	Odniesienie do charakterystyk PRK
Wiedza:			
W1	Student posiada pogłębioną wiedzę na temat wpływu mediów i komunikacji na przedsiębiorczość oraz zarządzanie organizacjami. Rozumie kluczowe zjawiska i problemy związane z wykorzystaniem mediów tradycyjnych i nowoczesnych w kreowaniu strategii komunikacyjnych, promowaniu innowacyjności i wpływaniu na konkurencyjność organizacji.	ZA_O2_K_W01	P7S_WG
W2	Student ma pogłębioną wiedzę na temat roli i znaczenia mediów oraz technik komunikacyjnych w kontekście zarządzania strategicznego, procesowego i zarządzania projektami. Rozumie, jak strategie medialne i komunikacyjne wpisują się w szeroko pojęte metody zarządzania, i potrafi zastosować te koncepcje do efektywnego przekazywania informacji, budowania relacji z interesariuszami oraz wspierania realizacji celów organizacyjnych.	ZA_O2_K_W02	P7S_WG
Umiejętności:			
U1	Student potrafi uzasadnić i podkreślać znaczenie komunikacji oraz mediów w zarządzaniu kapitałem ludzkim w organizacji. Posiada zdolność do przekonywania i promowania zawodowych norm etycznych w kontekście wykorzystania mediów i strategii komunikacyjnych. Rozumie, jak efektywna komunikacja i etyczne wykorzystanie mediów przyczyniają się do budowania pozytywnych relacji wewnątrz organizacji oraz wzmocnienia zaufania i lojalności pracowników.	ZA_O2_K_U08	P7S_UO
Kompetencje społeczne:			
K1	Student jest przygotowany do wykorzystywania mediów i komunikacji jako narzędzi do podejmowania wyzwań zawodowych oraz aktywnie angażuje się w działania korzystające ze środków masowego przekazu na rzecz środowiska społecznego i dobra publicznego. Wykazuje się zdolnością do inicjowania i realizowania projektów komunikacyjnych, które wspierają interes publiczny, promują społeczną odpowiedzialność oraz przyczyniają się do pozytywnych zmian w społeczeństwie.	ZA_O2_K_K02	P7S_KO P7S_KR

3. Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Wprowadzenie do mediów i komunikacji: - rola mediów w społeczeństwie i biznesie; - podział mediów na tradycyjne i nowoczesne; - historia i rozwój mediów.	Wykład	W1

Lp.	Treści programowe	Formy zajęć	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Media tradycyjne: • charakterystyka i rola prasy, radia i telewizji; • reklama i PR w mediach tradycyjnych; • wyzwania i możliwości mediów tradycyjnych w erze cyfrowej.	Wykład	W1, W2
3.	Media cyfrowe i społecznościowe: • rozwój mediów cyfrowych i ich wpływ na komunikację; • media społecznościowe jako narzędzie komunikacji i marketingu; • zarządzanie obecnością marki w Internecie.	Wykład, Ćwiczenia laboratoryjne	W2, U1, K1
4.	Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna w organizacjach: • strategie komunikacji wewnętrznej; • narzędzia komunikacji zewnętrznej; • budowanie wizerunku i identyfikacji korporacyjnej.	Wykład, Ćwiczenia laboratoryjne	W1, U1
5.	Komunikacja kryzysowa i zarządzanie reputacją: • planowanie i realizacja strategii komunikacji kryzysowej; • media w zarządzaniu kryzysowym; • odbudowa zaufania i reputacji po kryzysie.	Wykład, Ćwiczenia laboratoryjne	W2, U1, K1

4. Metody prowadzenia zajęć, weryfikacji efektów uczenia się i warunki zaliczenia

Forma zajęć		
Wykład	Metody prowadzenia zajęć:	
	Wykład, Case study	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie ustne	100%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Zaliczenie wykładu odbywa się w formie egzaminu ustnego. Ocena przyznawana jest na podstawie skali procentowej, gdzie odpowiedzi oceniane są następująco: poniżej 51% ndst; 51%-60% - dostateczny, 61%-70% - dostateczny plus, 71%-80% - dobry, 81%-90% - dobry plus, 91%-100% - bardzo dobry.	
Ćwiczenia laboratoryjne	Metody prowadzenia zajęć:	
	Case study, Praca w grupie, Design thinking	
	Metody (sposoby) weryfikacji:	Udział:
	Zaliczenie pisemne	50%
	Prezentacja	50%
	Warunki zaliczenia przedmiotu:	
	Zaliczenie ćwiczeń jest średnią arytmetyczną ocen uzyskanych za przygotowywane podczas zajęć prace cząstkowe.	

Efekt uczenia się dla przedmiotu	Metody (sposoby) weryfikacji		
	Zaliczenie ustne	Zaliczenie pisemne	Prezentacja
W1	x		
W2	x		
U1	x	x	x
K1		x	x

5. Literatura

Literatura podstawowa

1. Hamilton Ch., 2011, Skuteczna komunikacja w biznesie. Wydawnictwo Naukowe PWN
2. Duhigg Ch., 2024, Siła komunikacji. Wydawnictwo Naukowe PWN
3. Gajewicz-Korab k., Jaskiernia A., Łoszevska-Orłowska M., 2020, Siła mediów: media-polityka-biznes. Polskie Towarzystwo Komunikacji Społecznej

Literatura uzupełniająca

1. Tkaczyk P., 2017, Narratologia. Wydawnictwo Naukowe PWN
2. Miotk A., 2016, Nowy PR. Jak internet zmienił public relations. Słowa i Myśli

6. Nakład pracy studenta - bilans godzin i punktów ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta Liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego lub innych osób prowadzących zajęcia	Wykład	10
	Ćwiczenia laboratoryjne	10
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	5
	Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
	Zbieranie informacji do zadanej pracy	10
	Studiowanie literatury	10
	Konsultacje	5
Łączny nakład pracy studenta		55
Liczba punktów ECTS		2

* Godzina (dydaktyczna) oznacza 45 minut