

1. Field of study	Film and TV Production Management
2. Faculty	Krzysztof Kieślowski Film School
3. Academic year of entry	2021/2022 (winter term), 2022/2023 (winter term), 2023/2024 (winter term), 2024/2025 (winter term)
4. Level of qualifications/degree	second-cycle studies
5. Degree profile	general academic
6. Mode of study	part-time

Module: Businessplan

Module code: 09-OF-S2-BP

1. Number of the ECTS credits: 4

2. Learning outcomes of the module			
code	description	learning outcomes of the programme	level of competence (scale 1-5)
BP_1	Student zna zasady sporządzania biznesplanu przedsięwzięć i tworzenia własnej firmy. Potrafi sporządzić dokument biznesplanu zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_W05	5
BP_2	Student posiada wiedzę z zakresu przygotowania projektu audiowizualnego w postaci dokumentu biznesplanu.	K_W06	4
BP_3	Student potrafi zorganizować i zarządzać projektami audiowizualnymi, kulturalnymi i społecznymi na własny rachunek.	K_U05	5
BP_4	Student potrafi napisać biznesplan przedsięwzięcia audiowizualnego i imprezy masowej, zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_U06	4
BP_5	Student ma kompetencje do pełnienia funkcji menedżera w ramach instytucji lub przedsięwzięcia biznesowego.	K_K05	5
BP_6	Student posiada zdolność twórczego kreowania rzeczywistości gospodarczej w postaci projektów i pełnej identyfikacji z realizowanym projektem.	K_K06	4

3. Module description	
Description	<p>Celem przedmiotu jest przekazanie wiedzy i umiejętności z zakresu pisania biznesplanów przedsięwzięć medialnych. Tematyka zajęć obejmuje następujące obszary tematyczne. W pierwszej części zajęć studenci nauczą się opisywać charakterystykę firmy lub podmiotu tworzącego. Przedsięwzięcie medialne (wizję przyszłości, do której zmierza, misję swojej firmy, swoje mocne strony, które staną się elementem jego zawodowego CV, dane teleadresowe swojej firmy oraz zapis PKD), marketing-mix (jakie cechy mają mieć produkty lub usługi, jak ustalić ich ceny, jak będzie wyglądać kanał dystrybucji, co należy robić, aby wypromować markę firmy i jej produkty lub usługi), analiza otoczenia firmy (kim są klienci, jacy istnieją obecni konkurenci, kim są dostawcy, jakie substytuty produktów lub usług, które zamierza sprzedawać, jaki jest marketing-mix firm będących konkurentami, jakie szanse i zagrożenia wynikają z sytuacji demograficznej segmentu rynku, zjawisk kulturowych, sytuacji makroekonomicznej, prawa, dostępnej technologii).</p> <p>W drugiej części zajęć studenci uczą się sporządzać plan przygotowań (cel, jaki chce osiągnąć po etapie przygotowań, listę czynności i ich czas trwania,</p>

	harmonogram przygotowań, budżet etapu przygotowań) oraz plan działania (cel, jaki chce osiągnąć po jednym roku od rozpoczęcia etapu działania, listę czynności i ich czas trwania, harmonogram działań na jeden rok – działań marketingowych, sprzedażowych, świadczenia usług lub produkcji, a także działań rozwojowych.
Prerequisites	Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.

4. Assessment of the learning outcomes of the module			
code	type	description	learning outcomes of the module
BP_w_1	Sprawdzian	Student przygotowuje biznesplan przedsięwzięcia o treści zgodnej z opisem modułu (biznesplan firmy, projektu artystycznego itp.).	BP_1, BP_2
BP_w_2	Ocena ciągła	Student przygotowuje fragmenty biznesplanu przedsięwzięcia o treści zgodnej z tematyką poszczególnych zajęć.	BP_3, BP_4, BP_5, BP_6

5. Forms of teaching						
code	form of teaching			required hours of student's own work		assessment of the learning outcomes of the module
	type	description (including teaching methods)	number of hours	description	number of hours	
BP_fs_1	lecture	Wykład informacyjny, prezentacja multimedialna, wykład problemowy i interaktywny, wykorzystanie Internetu.	10	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	35	BP_w_1
BP_fs_2	practical classes	Pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne, metoda problemowa, metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego, wykorzystanie Internetu	20	Samodzielne przygotowanie się do każdego z zajęć, usystematyzowanie materiału przedstawionego na zajęciach, przygotowanie projektów - także grupowych. Samodzielna realizacja wskazanych w sylabusie partii materiału i analiza wybranych przez wykładowcę przykładów, powtórzenie i ugruntowanie wiedzy oraz umiejętności zdobytych w trakcie zajęć.	70	BP_w_2