

1.	Nazwa kierunku	Creative management in new media
2.	Wydział	Szkoła Filmowa im. Krzysztofa Kieślowskiego
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy), 2021/2022 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:**            Biznesplan

**Kod modułu:** 09-ZN-S2-B

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

2. Zakładane efekty uczenia się modułu			
kod	opis	efekty uczenia się kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
B_1	Student zna zasady sporządzania biznesplanu przedsięwzięć i tworzenia własnej firmy. Potrafi sporządzić dokument biznesplanu zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_W09	5
B_2	Student posiada wiedzę z zakresu przygotowania projektu audiowizualnego w postaci dokumentu biznesplanu.	K_W11	4
B_3	Student potrafi zorganizować i zarządzać projektami audiowizualnymi, kulturalnymi i społecznymi na własny rachunek.	K_U09 K_U13	4 4
B_4	Student potrafi napisać biznesplan przedsięwzięcia audiowizualnego i imprezy masowej, zawierający wszystkie wymagane elementy.	K_U11 K_U13	5 4
B_5	Student ma kompetencje do pełnienia funkcji menedżera w ramach instytucji lub przedsięwzięcia biznesowego.	K_K09	3
B_6	Student posiada zdolność twórczego kreowania rzeczywistości gospodarczej w postaci projektów i pełnej identyfikacji z realizowanym projektem.	K_K10	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	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). W drugiej części zajęć studenci uczą się sporządzać plan przygotowań (cel, jaki chce osiągnąć po etapie przygotowań, listę czynności i ich czas trwania, 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.
<b>Wymagania wstępne</b>	Student powinien mieć podstawową wiedzę z nauk o zarządzaniu, prowadzenia biznesu oraz podstaw marketingu.

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
B_w_1	Sprawdzian	Student przygotowuje biznesplan przedsięwzięcia o treści zgodnej z opisem modułu (biznesplan firmy, projektu artystycznego itp.).	B_1, B_2
B_w_2	Ocena ciągła	Student przygotowuje fragmenty biznesplanu przedsięwzięcia o treści zgodnej z tematyką poszczególnych zajęć.	B_3, B_4, B_5, B_6

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
B_fs_1	wykład	Metoda podająca (wykład informacyjny, prezentacja multimedialna) i metoda problemowa (wykład problemowy i interaktywny), wykorzystanie Internetu.	15	Analiza literatury przedmiotu, analiza treści wykładu, poszukiwanie przykładów w praktyce, samodzielna realizacja wskazanych partii materiału z uwzględnieniem literatury przedmiotu.	15	B_w_1
B_fs_2	ćwiczenia	Metoda podająca (pogadanka, objaśnienia i wyjaśnienia, prezentacje multimedialne) i metoda problemowa (metoda aktywizująca lub gra sytuacyjna i dydaktyczna) lub metoda zadaniowa oraz analiza materiału źródłowego, wykorzystanie Internetu.	15	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.	15	B_w_2