

KARTA PRZEDMIOTU
1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie działaniami kreatywnymi
Nazwa kursu	Zarządzanie w przemyśle kreatywnym
Poziom kształcenia	Studia I/II stopnia
Profil kształcenia	Praktyczny
Osoba odpowiedzialna	

2. WYMAGANIA WSTĘPNE (wynikające z następstwa przedmiotów)

Wstępne zagadnienia dotyczące marketingu i komunikacji marketingowej Podstawy zarządzania
--

3. EFEKTY UCZENIA SIĘ I SPOSÓB REALIZACJI ZAJĘĆ
3.1. Cele przedmiotu

C1	Dostarczenie studentowi wiedzy na temat planowania działań kreatywnych
C2	Dostarczenie studentowi wiedzy na temat uwarunkowań zewnętrznych i wewnętrznych, wpływających na projektowanie i realizację działań kreatywnych
C3	Nabycie przez studentów umiejętności aktywnego uczestnictwa w zespołach realizujących działania kreatywne i odgrywania w nich zróżnicowanych ról
C4	Nabycie przez studentów umiejętności zarządzania zespołem i działaniami kreatywnymi

3.2. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie WIEDZY		
P_W01	Zna i rozumie zasady tworzenia media planów oraz raportów prezentujących efekty przeprowadzonych kampanii i rekomendacje	
P_W02	Zna i rozumie zasady etycznego postępowania i regulacje w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych	
P_W03	Zna i rozumie customer/user experience (doświadczenie użytkownika/klienta, założeń)	
P_W04	Zna i rozumie założenia projektowania uniwersalnego	
P_W05	Zna i rozumie wymagania poszczególnych mediów do realizacji danej kreacji	
P_W06	Zna i rozumie znaczenie briefu, jego rolę w procesie produkcyjnym.	
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie UMIEJĘTNOŚCI		

P_U01	Potrafi aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją i marką oraz przyczynić się do przygotowania media planu	
P_U02	Potrafi brać aktywny udział w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów	
P_U03	Potrafi zarządzać zespołem kreatywnym, przydzielać zasoby i decydować o wyborze narzędzi wykorzystywanych na wszystkich etapach kreacji	
P_U04	Potrafi nadzorować zgodność pracy działu kreatywnego, wskazywać ryzyka i możliwe konsekwencje biznesowe związane z odchyleniami od założeń media planu	
P_U05	Potrafi prowadzić briefing (począwszy od briefu, przez spotkania debriefujące, po ocenę kreacji) i przekładać jego założenia na artystyczny wymiar realizacji kreacji	
P_U06	Potrafi opiniować realizowane kreacje, materiały, pomysły współpracowników, przygotowywać korekty i ostatecznie zatwierdzać je do realizacji	
P_U07	Potrafi facylitować pracę uczestników zespołu wspierając optymalne wykorzystanie potencjału poszczególnych osób	
Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH		
P_K01	Potrafi analizować i wyciągać wnioski - selekcjonować i syntetyzować informacje, dostrzegać złożone relacje oraz powiązania między nimi i na tej podstawie wnioskować i prognozować; patrzeć na zjawiska, idee oraz rzeczy z różnych perspektyw	
P_K02	Potrafi umiejętnie zarządzać relacjami i współpracować - harmonijnie i niekonfliktowo współdziałać z innymi oraz uwzględniać opinie innych, kooperować podczas pracy zespołowej na rzecz wypracowania najlepszych rozwiązań i osiągnięcia celów zespołu, doceniać wartość różnorodnych zespołów	
P_K03	Potrafi wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować i udzielać konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko	
P_K04	Potrafi efektywnie organizować pracę własną i innych - dbać o optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów w sytuacjach standardowych oraz w sytuacjach trudnych wymagających działania pod presją	
P_K05	Potrafi dzielić się wiedzą i doświadczeniem - przekazywać wiedzę, informacje i rekomendacje, które mają znaczenie dla optymalnej realizacji zadań	
P_K06	Potrafi zarządzać zespołami - organizować, planować, motywować, koordynować, monitorować i oceniać pracę	

P_K07	Potrafi wykazywać odwagę decyzyjną - odważnie postępować w obszarze swoich kompetencji merytorycznych być konsekwentnym w działaniach niepopularnych (jeśli są korzystne), nie poddawać się presji	
-------	--	--

3.3. Formy zajęć dydaktycznych oraz wymiar godzin i punktów ECTS

W	K	Ćw	L	ZP	P	eL	ECTS
-	-	14	-	-	10	-	2

3.4. Metody realizacji zajęć dydaktycznych

Formy zajęć	Metoda realizacji
Ćwiczenia	Studia przypadków Dyskusja seminaryjna Metoda ćwiczeniowa Metoda stolików eksperckich
Projekt	Projekt grupowy – zadanie praktyczne nisko symulowane

3.5. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć)

ĆWICZENIA

Lp.	Treści kształcenia realizowane w ramach ćwiczeń
Cw1	Analiza i planowanie w kampaniach kreatywnych
Cw2	Uwarunkowania rynkowe i zmienne wpływające na planowanie i realizację działań kreatywnych
Cw3	Organizacja zespołów kreatywnych; role w zespołach kreatywnych
Cw4	Modele zarządzania zespołami kreatywnymi
Cw5	Ryzyka i kryzysy w zarządzaniu działaniami kreatywnymi
Cw6	Zarządzanie kontrolą i ewaluacją
Cw7	Pomiar efektywności i skuteczności działań kreatywnych

PROJEKT

Lp.	Treści kształcenia realizowane w ramach projektu
P1	Projekt praktyczny zespołowy – budowanie strategii działań kreatywnych oraz planu operacyjnego dla wybranego podmiotu/kampanii

3.6. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami przedmiotu, a treściami kształcenia

Efekt uczenia się	Cele przedmiotu	Treści kształcenia
P_W01	C1	Cw1
P_W02	C2	Cw2
P_W03	C2	Cw2
P_W04	C1	Cw1

Efekt uczenia się	Cele przedmiotu	Treści kształcenia
P_W05	C1	Cw1
P_W06	C2	Cw2
P_U01	C3	Cw3 – Cw7 P1
P_U02	C3	
P_U03	C4	
P_U04	C4	
P_U05	C3	
P_U06	C3	
P_U07	C4	
P_K01	C3, C4	
P_K02		
P_K03		
P_K04		
P_K05		
P_K06		
P_K07		

3.7. Metody weryfikacji efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Metoda oceny	Forma zajęć, w ramach której następuje weryfikacja efektu
P_W01	Test zawierający pytania otwarte i zamknięte	Ćwiczenia
P_W02		
P_W03		
P_W04		
P_W05		
P_W06		
P_U01	Realizacja dużego zadania praktycznego przez grupę studentów	Ćwiczenia Projekt
P_U02		
P_U03		
P_U04		
P_U05		
P_U06		
P_U07		
P_K01		
P_K02		
P_K03		
P_K04		
P_K05		
P_K06		
P_K07		

3.8. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Efekt uczenia się	Na ocenę 2 student nie potrafi	Na ocenę 3 student potrafi	Na ocenę 4 student potrafi	Na ocenę 5 student potrafi
P_W01	Wymienić zasad tworzenia media planów	Wymienić zasady tworzenia media planów	Wymienić i scharakteryzować zasady tworzenia media planów oraz raportów prezentujących efekty przeprowadzonych kampanii	Wymienić i scharakteryzować zasady tworzenia media planów oraz raportów prezentujących efekty przeprowadzonych kampanii i rekomendacje
P_W02	Wymienić zasad etycznego postępowania i regulacji w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych	Wymienić zasady etycznego postępowania i regulacje w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych	Wymienić i scharakteryzować zasady etycznego postępowania i regulacje w obszarze komunikacji marketingowej	Wymienić i scharakteryzować zasady etycznego postępowania i regulacje w obszarze komunikacji marketingowej oraz ochrony danych
P_W03	Wskazać elementów customer/user experience	Wskazać elementy customer/user experience	Wskazać i scharakteryzować elementy customer/user experience	Wskazać i scharakteryzować elementy customer/user experience oraz ich przydatność dla planowania i realizacji działań kreatywnych
P_W04	Wymienić założeń projektowania uniwersalnego	Wymienić założenia projektowania uniwersalnego	Wymienić i scharakteryzować założenia projektowania uniwersalnego	Wymienić i scharakteryzować założenia projektowania uniwersalnego, dokonując ich krytycznej oceny
P_W05	Zdefiniować wymagań poszczególnych	Zdefiniować wymagania poszczególnych	Zdefiniować i scharakteryzować wymagania	Zdefiniować i scharakteryzować wymagania

	mediów do realizacji danej kreacji	mediów do realizacji danej kreacji	poszczególnych mediów do realizacji danej kreacji	poszczególnych mediów do realizacji danej kreacji, dokonując ich krytycznej oceny
P_W06	Określić znaczenia briefu i jego roli w procesie produkcyjnym.	Określić znaczenie briefu i jego rolę w procesie produkcyjnym.	Określić i scharakteryzować znaczenie briefu i jego rolę w procesie produkcyjnym.	Określić i scharakteryzować znaczenie briefu i jego rolę w procesie produkcyjnym, odnosząc się do konkretnych przykładów
P_U01	aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją	aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją	aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją oraz przyczyniać się do przygotowania media planu	aktywnie uczestniczyć w preselekcji i zarządzaniu kreacją i marką oraz przyczyniać się do przygotowania media planu
P_U02	brać aktywnego udziału w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów	brać aktywny udział w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów	brać aktywny udział w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów, wykazując się nieschematycznym myśleniem	brać aktywny udział w przygotowywaniu kreacji i wyznaczaniu celów, wykazując się nieschematycznym myśleniem i inspirowaniem innych uczestników
P_U03	zarządzać zespołem kreatywnym, przydzielać zasobów i decydować o wyborze narzędzi wykorzystywanych	zarządzać zespołem kreatywnym, przydzielać zasoby i decydować o wyborze narzędzi wykorzystywanych na wybranych etapach kreacji	zarządzać zespołem kreatywnym, przydzielać zasoby i decydować o wyborze narzędzi wykorzystywanych na większości etapów kreacji	zarządzać zespołem kreatywnym, przydzielać zasoby i decydować o wyborze narzędzi wykorzystywanych

	na wybranych etapach kreacji			na wszystkich etapach kreacji
P_U04	nadzorować zgodności pracy działu kreatywnego	nadzorować zgodność pracy działu kreatywnego	nadzorować zgodność pracy działu kreatywnego i wskazywać ryzyka	nadzorować zgodność pracy działu kreatywnego, wskazywać ryzyka i możliwe konsekwencje biznesowe związane z odchyleniami od założeń media planu
P_U05	Prowadzić briefingu	Prowadzić briefing	prowadzić briefing i przekładać jego założenia na artystyczny wymiar realizacji kreacji	prowadzić briefing i przekładać jego założenia na artystyczny wymiar realizacji kreacji, dokonując adaptacji w wyniku pojawienia się ryzyk, zmiennych i zagrożeń
P_U06	opiniować realizowanych kreacji, materiałów, pomysłów współpracowników	opiniować realizowane kreacje, materiały, pomysły współpracowników	opiniować realizowane kreacje, materiały, pomysły współpracowników i przygotowywać korekty	opiniować realizowane kreacje, materiały, pomysły współpracowników, przygotowywać korekty i ostatecznie zatwierdzać je do realizacji
P_U07	facylitować pracy uczestników zespołu wspierając optymalne wykorzystanie potencjału wybranych członków zespołu	facylitować pracę uczestników zespołu wspierając optymalne wykorzystanie potencjału wybranych członków zespołu	facylitować pracę uczestników zespołu wspierając optymalne wykorzystanie potencjału większości członków zespołu	facylitować pracę uczestników zespołu wspierając optymalne wykorzystanie potencjału wszystkich członków zespołu

P_K01	<p>analizować i wyciągać wniosków - selekcjonować i syntetyzować informacji, dostrzegać złożonych relacji oraz powiązań między nimi i na tej podstawie wnioskować i prognozować; patrzeć na zjawiska, idee oraz rzeczy z różnych perspektyw</p>	<p>analizować i wyciągać wnioski - selekcjonować i syntetyzować informacje, dostrzegać złożone relacje oraz powiązania między nimi i na tej podstawie wnioskować i prognozować; patrzeć na zjawiska, idee oraz rzeczy z różnych perspektyw</p>
P_K02	<p>umiejętnie zarządzać relacjami i współpracować - harmonijnie i niekonfliktowo współdziałać z innymi oraz uwzględniać opinie innych, kooperować podczas pracy zespołowej na rzecz wypracowania najlepszych rozwiązań i osiągnięcia celów zespołu, doceniać wartość różnorodnych zespołów</p>	<p>umiejętnie zarządzać relacjami i współpracować - harmonijnie i niekonfliktowo współdziałać z innymi oraz uwzględniać opinie innych, kooperować podczas pracy zespołowej na rzecz wypracowania najlepszych rozwiązań i osiągnięcia celów zespołu, doceniać wartość różnorodnych zespołów</p>
P_K03	<p>wykazywać asertywnej postawy i odporności na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować konstruktywnego feedbacku, wyrażać</p>	<p>wykazywać asertywną postawę i odporność na naciski – radzić sobie z krytyką, przyjmować i udzielać konstruktywny feedback, potrafić wyrażać własne stanowisko</p>

	własnego stanowiska	
P_K04	efektywnie organizować pracy własnej i innych - dbać o optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów w sytuacjach standardowych oraz w sytuacjach trudnych wymagających działania pod presją	efektywnie organizować pracę własną i innych - dbać o optymalne wykorzystanie dostępnych zasobów w sytuacjach standardowych oraz w sytuacjach trudnych wymagających działania pod presją
P_K05	dzielić się wiedzą i doświadczeniem - przekazywać wiedzy, informacji i rekomendacji, które mają znaczenie dla optymalnej realizacji zadań	dzielić się wiedzą i doświadczeniem - przekazywać wiedzę, informacje i rekomendacje, które mają znaczenie dla optymalnej realizacji zadań
P_K06	zarządzać zespołami - organizować, planować, koordynować, monitorować i oceniać pracę	zarządzać zespołami - organizować, planować, motywować, koordynować, monitorować i oceniać pracę
P_K07	wykazywać odwagi decyzyjnej - odważnie postępować w obszarze swoich kompetencji merytorycznych być konsekwentnym w działaniach niepopularnych (jeśli są korzystne), nie poddawać się presji	wykazywać odwagę decyzyjną - odważnie postępować w obszarze swoich kompetencji merytorycznych być konsekwentnym w działaniach niepopularnych (jeśli są korzystne), nie poddawać się presji

3.9. Literatura

D. Potwora, W. Potwora, <i>Innowacje a strategie marketingowe przedsiębiorstw</i> , Difin, Warszawa 2020
A. Lipka, S. Waszczak, <i>Empatyczne zarządzanie w czasach kreatywności performatywnej</i> , CeDeWu, Warszawa 2018
K. Kandefer-Winter, <i>Komunikacja w zarządzaniu projektami</i> , CeDeWu, Warszawa 2021
S. Madsen, <i>Moc lidera projektu</i> , PWN, Warszawa 2021
R. Wysocki, <i>Efektywne zarządzanie projektami</i> , Onepress, Gliwice 2018
C. Bilton, L. Puttnam, <i>Management and Creativity : From Creative Industries to Creative Management</i> , Blackwell Publishers, Place Malden 2006
L. De Brabandere, <i>Thinking in New Boxes: A New Paradigm for Business Creativity</i> , Random House 2013

4. NAKŁAD PRACY STUDENTA - BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaje aktywności	Obciążenie studenta
Udział w C (UB)	14 h
Konsultacje do C (UB)	3 h
Samodzielne przygotowanie się do C, w tym przygotowanie do zaliczenia	11 h
Udział w i konsultacje do P (UB)	10 h
Samodzielne przygotowanie się do zaliczenia P	6 h
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	44 h
Punkty ECTS za przedmiot	2 ECTS
Punkty ECTS za zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczycieli i studentów (UB)	1 ECTS
Punkty ECTS za zajęcia kształtujące umiejętności praktyczne (PZ)	2 ECTS