Prowadzący: **dr hab. Jan Kreft**

**Temat: Organizacje medialne a nowe media – odbiorcy użytkownikami.**

***Proponowana liczba uczestników: … studia stacjonarne; … studia niestacjonarne***

**Problematyka:**

*Przedmiotem seminarium jest zarządzaniem organizacjami medialnymi w obliczu wyzwań związanych nową rolą odbiorców mediów, którzy stają się aktywnymi użytkownikami, tworzącymi treści medialne (i szerzej: wartości w mediach). Seminarium ma na celu lepsze zrozumienie ich roli i wyzwań z tym związanych dla organizacji medialnych.*

*Problemy te są rozpatrywane w różnych kontekstach: od erozji barier rozwoju organizacji medialnych, organizacjach w sieci, nowych koncepcjach marketingowych, po konteksty społeczne, takie jak edutainment, upodmiotowienia odbiorców, wykluczenia cyfrowe itd.*

1. ***Przykładowe tytuły prac magisterskich:***
* Aktywność użytkowników mediów w kontekście zarządzania organizacją medialną
* Sieciowe organizacje medialne
* Czytając M. Castellsa – organizacje medialne w sieci
* Fragmentacja audytoriów – od telewizji ogólnotematycznych po tematyczne
* Stare media w nowej szacie – gazety w internecie
* Koniec prasy
* Wykluczenie cyfrowe w różnych postaciach
* Fuzje i przejęcia w mediach
* Nowe media a niestandardowe rozwiązania promocyjne
* Crowdsourcing i inne nowe formy a zarządzanie mediami
* Goggle, Facebook i YouTube w perspektywie krytycznej
* Radio cyfrowe w Polsce – konieczność czy droga donikąd
* Telewizja przyszłości
* Ewolucja zarządzania wydawnictwami gazet (1990 – 2015)
* Marketing wydawnictw gazet
* Koncepcja „długiego ogona” w mediach
* Mit globalnych mediów
* Problem koncentracji w mediach
* Edutainment
* Hollywood na rynku produkcji filmowej
* Koncepcja przełomowych technologii w mediach
* Strategie korporacji medialnych (przykłady Disney’a, Axel Springer i innych)
* Poszukując św. Graala – jak zarabiać w nowych mediach (modele biznesowe)
* Disney, Time Warner i inne korporacje transnarodowe wobec wyzwań nowych mediów