



Modele biznesu w branży gamingowej

Karta opisu przedmiotu (sylabus)

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Marketing		Cykl dydaktyczny 2025/2026	
Specjalność -		Kod przedmiotu UEPMS.24C.205917.25	
Jednostka organizacyjna UEP		Język wykładowy Polski	
Poziom kształcenia studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Do wyboru	
Forma studiów stacjonarne		Blok zajęciowy Blok C	
Profil kształcenia ogólnoakademicki			
Osoba odpowiedzialna za treść sylabusa	Marcin Lewicki		
Okres Semestr 3	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 2	
	Forma prowadzenia i godziny zajęć • Uczestnictwo w wykładach: 15		

Cele uczenia się dla przedmiotu

C1	Zdobycie wiedzy na temat historii i stanu obecnego branży gamingowej.
C2	Zdobycie wiedzy na temat struktury i podstawowych podmiotów w branży gamingowej.
C3	Zdobycie podstawowej wiedzy na temat elementów modelu biznesu.
C4	Zdobycie wiedzy na temat elementów modelu biznesu w branży gamingowej.
C5	Nabywanie umiejętności analizowania i wyciągania wniosków w stosunku do modeli biznesu w branży gamingowej.

Cele kształcenia UEP

Kod	Treść celu
CS2_1.1	student krytycznie rozważa kwestie teoretyczne i praktyczne
CS2_1.2	student krytycznie ocenia alternatywy w celu wypracowania optymalnego rozwiązania
CS2_1.3	student rozumie najważniejsze aspekty wpływu makro- i mikrootoczenia na decyzje biznesowe
CS2_2.1	student wykorzystuje umiejętność budowania zespołu do realizacji zadań grupowych
CS2_2.2	student wykazuje umiejętności przywódcze i efektywnie pracuje w zespole
CS2_2.3	student przygotowuje prace pisemne i prezentacje ustne zgodnie ze standardami akademickimi
CS2_3.3	student rozumie i docenia inne kultury oraz międzynarodową i społeczną różnorodność

Wymagania wstępne

znajomość podstaw marketingu

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy			
W1	Student opisuje historię i stan obecny branży gaminowej.	K2_W02	Quiz na platformie moodle
W2	Student opisuje strukturę branży gamingowej i identyfikuje podstawowe podmioty w niej funkcjonujące.	K2_W02	Quiz na platformie moodle
W3	Student identyfikuje i objaśnia podstawowe elementy modelu biznesu.	K2_W03, K2_W04	Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle
Umiejętności			
U1	Student dokonuje analizy w zakresie modeli biznesu w branży gamingowej.	K2_U02, K2_U08	Przygotowanie prezentacji
U2	Student formułuje wnioski w zakresie modeli biznesu w branży gamingowej.	K2_U02, K2_U08	Przygotowanie prezentacji
Kompetencji społecznych			
K1	Student współpracuje w zespole i jest zorientowany na wzbogacanie swojej wiedzy w zakresie modeli biznesu w branży gamingowej z uwzględnieniem stale zmieniających się uwarunkowań rynkowych.	K2_K01, K2_K05	Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
1.	Branża gamingowa - historia i stan obecny.	C1	W1

Lp.	Treści programowe	Cele kształcenia dla przedmiotu	Efekty uczenia się dla przedmiotu
2.	Struktura i główne podmioty tworzące branżę gamingową.	C2	W2
3.	Podstawowe elementy modelu biznesu.	C3	W3
4.	Elementy modelu biznesu w branży gamingowej.	C4	W3
5.	Modele biznesu w branży gamingowej - studia przypadków.	C5	U1, U2, K1

Literatura

Obowiązkowa

- Schell, J. (2019). The Art of Game Design: A Book of Lenses, Third Edition. Taylor & Francis.
- Schreier, J. (2018). Krew, pot i piksele. Chwalebne i niepokojące opowieści o tym, jak robi się gry. Wydawnictwo SQN.
- Zackariasson, P., Wilson, T. (2014). The Video Game Industry Formation, Present State, and Future. Routledge.
- Donovan, T. (2010). Replay: The History of Video Games. Yellow Ant.

Zalecana

- Kosman, M. (2015). Nie tylko Wiedźmin. Historia polskich gier komputerowych. Wydawnictwo Open Beta.
- Ruggill J., McAllister, K., Nichols, R., Kaufman, R. (2016). Inside the Video Game Industry: Game Developers Talk About the Business of Play. Routledge.
- Polfeldt, D. (2020) The Dream Architects: Adventures in the Video Game Industry. Grand Central Publishing.
- Bissell, T. (2010). Extra Lives: Why Video Games Matter. Pantheon Books.

Informacje rozszerzone

Metody nauczania:

Wykład z prezentacją multimedialną

Metody nauczania	Sposób zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Wykład	Przygotowanie prezentacji, Quiz na platformie moodle	Zdobycie minimum 60% punktów z testu na platformie moodle oraz przygotowanie prezentacji w grupie.

Rozliczenie punktów ECTS

Forma aktywności studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Uczestnictwo w wykładach	15
Przygotowanie do egzaminu	10
Zbieranie informacji do zadanej pracy	15
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	10
Konsultacje z prowadzącym/i zajęcia	5

Przeprowadzenie badań literaturowych	5	
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60	ECTS 2.0
Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela	Liczba godzin 20	ECTS 0.5

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
K2_K01	absolwent jest gotów do krytycznej analizy posiadanej wiedzy i dostępnych informacji z zakresu marketingu, uznawania pierwszeństwa merytorycznej wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązywaniem problemu
K2_K05	absolwent jest gotów do wykorzystywania wiedzy marketingowej w życiu zawodowym, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, w tym rozwijania nowych zawodów związanych z marketingiem i gospodarką cyfrową, podtrzymywania etosu zawodu marketingowca
K2_U02	absolwent potrafi właściwie pozyskiwać, analizować i interpretować dane rynkowe i marketingowe oraz na ich podstawie tworzyć modele związane z zachowaniami podmiotów rynkowych w warunkach nie w pełni przewidywalnych
K2_U08	absolwent potrafi współdziałać w zespole i kierować pracami zespołu dotyczącymi projektowania i wdrażania strategii marketingowej oraz wypracować innowacyjne działania marketingowe na poziomie strategicznym
K2_W02	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu wybrane tendencje rozwojowe i zjawiska charakteryzujące rynek, działania związane z zachowaniami podmiotów rynkowych oraz zależności występujące między nimi
K2_W03	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu współczesne koncepcje marketingowe oraz modele i procesy zarządzania marketingowego na rynkach dóbr i usług
K2_W04	absolwent zna i rozumie w pogłębionym stopniu reguły i mechanizmy dotyczące zachowań nabywców na rynku oraz czynniki je kształtujące

Ten utwór jest dostępny na licencji Creative Commons Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowa (CC BY 4.0). Autor: Marcin Lewicki