

Kontakty z mediami w sytuacjach kryzysowych - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Kontakty z mediami w sytuacjach kryzysowych
Kod przedmiotu	04.0-WZ-BezP-KMSK
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Bezpieczeństwo narodowe
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Wykład	15	1	9	0,6	Egzamin
Projekt	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy z zakresu metod i technik współpracy z mediami w sytuacji kryzysowej oraz kształtowanie umiejętności praktycznych w tym zakresie.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Wykład: Istota komunikacji i jej formy. Istota sytuacji kryzysowej i jej rodzaje. Identyfikacja i analiza sytuacji kryzysowych. Narzędzia komunikacji i rola mass-mediów w sytuacji kryzysowej, w tym nowoczesnych mediów społecznościowych. Kryzys a wizerunek. Instrumenty PR. Media relations - współpraca ze środkami masowego przekazu w sytuacji kryzysowej. Internet jako nowoczesny sposób komunikacji. Budowanie strategii komunikacji w sytuacji kryzysowej, ze szczególnym akcentem na współpracę z mediami. Rozwijanie aktywnych relacji z mediami i efektywne wykorzystanie środków przekazu. Zasady i formy współpracy z prasą. Przygotowania do wywiadów w mediach. Ocena skuteczności i efektywności środków przekazu i strategii medialnych.

Projekt: Przygotowanie projektu strategii współpracy z mediami w przypadku określonych sytuacji kryzysowych dla wybranego przedsiębiorstwa/institucji.

Metody kształcenia

Wykład: wykład konwencjonalny

Projekt: dyskusja w grupie, prace indywidualne, prace grupowe, metoda projektu, studia przypadków, klasyczna metoda problemowa, studia literatury, tekstem, praca z dokumentem źródłowym.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi samodzielnie pogłębiać nabytą wiedzę i umiejętności w obszarze zarządzania wizerunkiem. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się	K_U01	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - przygotowanie projektu	Projekt
Student doskonali umiejętności identyfikacji i rozstrzygania problemów w praktyce	K_U06	- aktywność w trakcie zajęć - przygotowanie projektu	Projekt
Ma wiedzę z zakresu praktycznych aspektów różnych dziedzin naukowych, definiuje istotę i pojęcia z zakresu współpracy z mediami w sytuacji kryzysowej, rozpoznaje i opisuje uwarunkowania różnych praktycznych wymiarów współpracy z mediami, określa rolę kontaktów z mediami w bezpieczeństwie narodowym	K_W02	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi	- Wykład - Projekt

Opis efektu	Symbol e efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma elementarną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie oceny współpracy z mediami a w szczególności o formułowaniu problemów badawczych, metodach, technikach i narzędziach badawczych.	• K_W06	• przygotowanie projektu • test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi	• Wykład • Projekt
Rozpoznaje źródła zagrożeń w obszarze utraty wizerunku w przypadku niewłaściwej współpracy z mediami, analizuje przyczyny procesów i zjawisk oraz dokonuje interpretacji ich praktycznego przebiegu.	• K_U01	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta	• Projekt
Wykorzystuje metody planowania na praktycznych przykładach przy uwzględnieniu wielu kryteriów oraz w warunkach niepewności, analizuje i rozwiązuje podstawowe problemy w kształtowaniu wizerunku za pomocą kontaktów z mediami	• K_U04	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • przygotowanie projektu	• Projekt

Warunki zaliczenia

Wykład: egzamin pisemny (K_W02, K_W06), który będzie obejmować materiał z wykładów. Egzamin będzie w formie pytań (tym.: 50% pyt. – test wyboru, 50% pyt. otwarte).
Warunkiem otrzymania zaliczenia jest uzyskanie min. 51% pozytywnych odpowiedzi na egzaminie.

Termin egzaminu: zgodnie z harmonogramem studiów w sesji zimowej

Oceny (punktacja):

51%- 60% - dostateczny (3.0)

61%-70% - dostateczny plus (3.5)

71%-80% - dobry (4.0)

81%-85% - dobry plus (4.5)

86%-100% - bardzo bobry (5.0)

Projekt: na ocenę składać się będą oceny: z projektu strategii współpracy z mediami w przypadku określonych sytuacji kryzysowych dla wybranego przedsiębiorstwa/instytucji (K_U04, K_U01, K_K06), dyskusja w grupach oraz zadań do samodzielnego rozwiązania (K_K01).

Termin ostatecznego oddania projektu upływa na przedostatnich zajęciach dydaktycznych w semestrze zimowym.

Literatura podstawowa

1. Andrzejewski P. Kot W., Media relations - budowanie reputacji firmy, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2002.
2. Barska A. (red), Reklama wczoraj i dziś, Difin, Warszawa 2016.
3. Schenkler I., Herrling T., Relacje z mediami, Wydawnictwo ABC Wolters Kluwer business Warszawa 2009.
4. Dembowska B., Gonicka J. (red.), Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie, Wyd. WSHE, Warszawa 2011.
5. Wojcik K., Public Relations wiarygodny dialog z otoczeniem, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2010.

Literatura uzupełniająca

1. Budzyński W., Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Wydawnictwo Poltex, Warszawa 2008.
2. Davis A., Public relations, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2007.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Paweł Szudra (ostatnia modyfikacja: 23-05-2018 16:29)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ