Zarządzanie wizerunkiem w sytuacjach kryzysowych - opis przedmiotu

Informacje ogólne

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie wizerunkiem w sytuacjach kryzysowych
Kod przedmiotu	04.0-WZ-BezP-ZWSK
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Bezpieczeństwo narodowe
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020

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 koncepcji kreowania, metod i technik zarządzania wizerunkiem w sytuacji kryzysowej oraz kształtowanie umiejętności praktycznych w tym zakresie.

Wymagania wstępne

Brak

Zakres tematyczny

Wykład: Istota i zarządzanie procesem kreowania wizerunku firmy. Uwarunkowania tworzenia wizerunku. Public Relations jako narzędzie komunikacji organizacji z rynkiem w zarządzaniu wizerunkiem. Istota sytuacji kryzysowej i jej rodzaje. Identyfikacja i analiza sytuacji kryzysowych. Narzędzia komunikacji i rola mass-mediów w zarządzaniu wizerunkiem, w tym nowoczesnych mediów społecznościowych. Instrumenty PR wykorzystywane w zarządzaniu sytuacją kryzysową. Rola kontaktów osobistych w sytuacji kryzysowej - zasady wystąpień publicznych. Media relations - współpraca ze środkami masowego przekazu w sytuacji kryzysowej. Internet jako nowoczesny sposób komunikacji w ramach PR. Kreowanie wizerunku firmy przez odpowiedzialność społeczną. Ocena skuteczności i efektywności zarządzania wizerunkiem w sytuacjach kryzysowych.

Projekt: Przygotowanie projektu strategii zarządzania wizerunkiem w przypadku określonych sytuacji kryzysowych dla wybranego przedsiębiorstwa/instytucji.

Metody kształcenia

Wykład: wykład konwencjonalny

Projekt: dyskusje grupowe, metoda projektu, studia przypadków, klasyczna metoda problemowa, studia literatury, tekstem, praca z dokumentem źródłowym.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągania efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Ma wiedzę z zakresu praktycznych aspektów różnych dziedzin naukowych, definiuje istotę i pojęcia z zakresu zarządzania wizerunkiem w sytuacji kryzysowej, rozpoznaje i opisuje uwarunkowania różnych praktycznych wymiarów zarządzania wizerunkiem, określa rolę wizerunku w bezpieczeństwie narodowym.	• K_W02	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi	• Wykład • 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 metod i technik	• K_U04	• obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta • przygotowanie projektu	• Projekt
Ma elementarną wiedzę o projektowaniu i prowadzeniu badań w zakresie oceny wizerunku a w szczególności o formułowaniu problemów badawczych, metodach, technikach i narzędziach badawczych.	• K_W06	• przygotowanie projektu • test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi	• Wykład • Projekt

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
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
Student potrafi samodzielnie pogłębiać nabytą wiedzę i umiejętności w obszarze zarządzania wizerunkiem. Rozumie potrzebę ciągłego uczenia się	• K_K01	• obserwacja i ocena aktywności na zajęciach • przygotowanie projektu	• Projekt
Student doskonali umiejętności identyfikacji i rozstrzygania problemów w praktyce	• K_K06	• aktywność w trakcie zajęć • przygotowanie projektu	• Projekt

Warunki zaliczenia

Wykład: egzamin pisemny (K_W04, 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 dotyczącego tworzenia strategii zarządzania wizerunkiem w wybranej sytuacji kryzysowej dla określonego podmiotu rynku (przedsiębiorstwo/ instytucja) (K_U041, K_U04, K_K06), dyskusja w grupach oraz zadań do samodzielnego rozwiązania (K_K01).

Termin ostatecznego oddania projektu dotyczącego opracowania strategii zarządzania wizerunkiem w wybranej sytuacji kryzysowej dla określonego podmiotu rynku (przedsiębiorstwo/ instytucja) upływa na przedostatnich zajęciach dydaktycznych w semestrze zimowym.

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z projektu (50%) i z egzaminu (50%). Warunkiem zaliczenia przedmiotu są pozytywne oceny z projektu i egzaminu.

Literatura podstawowa

1. Budzyński W., Public Relations, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2005.
2. Budzyński W., Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Wydawnictwo Poltex, Warszawa 2008.
3. Barska A. (red.), Reklama wczoraj i dziś, Difin, Warszawa 2016.
4. Dembowska B., Gonicka J. (red.), Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie, Wydawnictwo WSHE, Warszawa 2011.
5. Smektała T., Public relations w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw, Wydawnictwo ASTRUM, Wrocław 2000.
6. Wojcik K., Public Relations wiarygodny dialog z otoczeniem, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2010

Literatura uzupełniająca

1. Davis A., Public relations, Wydawnictwo PWE, Warszawa 2007.

2. Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Praca zbiorowa pod red. J. Olędzkiego i D. Tworzyło, Wydawnictwo PWN, Warszawa 2007.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 24-04-2019 15:40)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ