

PdW III: Kreowanie wizerunku i zarządzanie wizerunkiem - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	PdW III: Kreowanie wizerunku i zarządzanie wizerunkiem
Kod przedmiotu	15.1-WH-DiksD-kw-S17
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2020/2021

Informacje o przedmiocie	
Semestr	3
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Łukasz Młyńczyk, 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
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z mechanizmami kreowania wizerunku zarówno osób jak i organizacji, a także jego sprawnym zarządzaniem i modyfikowaniem, oraz jego rolę w procesie komunikacji publicznej.

Wymagania wstępne

brak

Zakres tematyczny

Czym jest wizerunek? Kto i dlaczego go kreuje? Proces kreowania wizerunku: elementy, mechanizmy, strategie. Werbalne i niewerbalne sposoby kreowania wizerunku. Od narracji do wyglądu. Wizerunek w polityce. Kreowanie i kierowanie wizerunkiem polityka. Studium przypadku. Wizerunek celebryty. Nie ważne jak, ważne, żeby mówili!? Czy można stać się więźniem własnego wizerunku? Prawo do wizerunku i zarabianie na wizerunku. Branding jako kreowanie wizerunku marki. Wizerunek w skali globalnej – państwa i organizacje.

Metody kształcenia

Praca z tekstem indywidualna oraz grupowa, studium przypadku, burza mózgów.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
ma pogłębioną wiedzę o relacjach między elementami systemu komunikowania społecznego oraz między tym systemem i jego otoczeniem	KD2_W05	- bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - kolokwium - studium przypadku	Ćwiczenia
ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz pogłębioną w odniesieniu do organizacji i instytucji funkcjonujących w systemie komunikowania społecznego	KD2_W04	- bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - studium przypadku	Ćwiczenia
potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk zachodzących w komunikacji masowej, formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze oraz je weryfikować	KD2_U03	- bieżąca kontrola na zajęciach - dyskusja - praca z tekstem - burza mózgów	Ćwiczenia

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
potrafi wskazać optymalne metody i sposoby realizacji określonego przez siebie lub innych zadania umożliwiającego zwiększenie efektywności procesu komunikowania masowego i w relacjach społecznych	• KD2_K04	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • kolokwium • burza mózgów studium przypadku	• Ćwiczenia
Potrafi odpowiedzialnie i twórczo „śledzić życie”, by dostarczać innym informacji wiarygodnych, interesujących, społecznie ważnych, koniecznych dla integralnego rozwoju człowieka i społeczności; potrafi odpowiednio określić priorytety informacyjne i cele przekazywanych w obiegu publiczny informacji	• Lista efektów obszarowych: P7S_KO-08.2 "id="i_popover_19310">KD2_K08	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja	• Ćwiczenia
posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w komunikowaniu społecznym, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy	• KD2_U05	• bieżąca kontrola na zajęciach • dyskusja • burza mózgów	• Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

1. Kolokwium.
2. Aktywność oraz obecność na zajęciach.

Literatura podstawowa

1. M. Karnowski, E. Mistewicz E, *Anatomia władzy*, Warszawa 2010.
2. K. Daniel, *Wykorzystanie skandalu do tworzenia wizerunku przez polityków*, „Atheneum. Polskie Studia Politologiczne”, vol. 49/2016, Toruń 2016.
3. O. Annusewicz, *Celebrytyzacja polityczna*, [w:] S. Sulowski (red.), „Studia Politologiczne” vol. 20, Warszawa 2011.
4. M. Hereźniak, *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*, Warszawa 2011.
5. Red. M. Jeziński, *Marketing polityczny. W poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, Toruń 2004.
6. G. Białopiotrowicz, *Kreowanie wizerunku w biznesie i polityce*, Warszawa 2009.
7. W. Gałązka, *Gotowych faktów nie ma. Kreacja informacji oraz wizerunku publicznego i medialnego*, Wrocław 2008.

Literatura uzupełniająca

1. N. de Barbaro, *Dojść do głosu. Radykalnie praktyczny przewodnik po kampanii wyborczej*, Kraków 2005.
2. M. Karnowski, E. Mistewicz E, *Anatomia władzy*, Warszawa 2010.
3. A i B. Pease, *Mowa ciała*, Poznań 2014.
4. W. Szalkiewicz, *Kandydat, jak wygrać wybory*, Bydgoszcz – Olsztyn 2006.
5. P. Tymochowicz, *Biblia skuteczności*, Wrocław 2007.

Uwagi

Jest to przedmiot opcjonalny, wybierany z oferty ~~przedmiotów do wyboru~~ Instytutu Filologii Polskiej; przedmiot zostanie uruchomiony w zależności od potrzeb i zainteresowania w danym semestrze studiów II stopnia (na podstawie deklaracji studentów/elektronicznego wyboru przedmiotów).

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 23-05-2020 13:51)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ