

# 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 2017/2018                    |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                                      |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 3                                                                                    |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 3                                                                                    |
| Typ przedmiotu                  | obieralny                                                                            |
| Język nauczania                 | polski                                                                               |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ</li></ul> |

| 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/instytucji.

## 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                                                                                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"><li>K_U01</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li><li>przygotowanie projektu</li></ul>                   | <ul style="list-style-type: none"><li>Projekt</li></ul>                |
| Student doskonali umiejętności identyfikacji i rozstrzygania problemów w praktyce                                                                                                                                                                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li>K_U06</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>aktywność w trakcie zajęć</li><li>przygotowanie projektu</li></ul>                                    | <ul style="list-style-type: none"><li>Projekt</li></ul>                |
| 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 | <ul style="list-style-type: none"><li>K_W02</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>obserwacja i ocena aktywności na zajęciach</li><li>test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Wykład</li><li>Projekt</li></ul> |

| 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.                          | • <a href="#">K_W06</a> | • przygotowanie projektu<br>• test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi              | • Wykład<br>• 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.                           | • <a href="#">K_U01</a> | • 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 | • <a href="#">K_U04</a> | • obserwacje i ocena umiejętności praktycznych studenta<br>• 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 hab. inż. Anetta Barska, prof. UZ (ostatnia modyfikacja: 11-04-2017 19:56)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ