

Rok akademicki:	od 2016/2017	Grupa przedmiotów	Kierunkowy do wyboru	Numer katalogowy:	ZMP318
-----------------	---------------------	-------------------	-----------------------------	-------------------	---------------

Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Strategie informacyjne w zarządzaniu sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie.			ECTS ²⁾	3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	Information strategies in crisis management in the enterprise				
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Zarządzanie				
Koordinator przedmiotu ⁵⁾ :	dr inż. Agnieszka Werenowska				
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	dr inż. Agnieszka Werenowska				
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa				
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych				
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów	
	KW	2	2	stacjonarne / niestacjonarne	
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾		
	3		polski		
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	<p>Celem przedmiotu jest:</p> <ul style="list-style-type: none"> -przekazanie wiedzy z zakresu komunikowania w sytuacjach kryzysowych - kształtowanie kompetencji komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych - kształtowanie umiejętności przygotowania programu antykryzysowego oraz zarządzania informacją w czasie kryzysu 				
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)		
	a1) wykład		20	12	
	a2) ćwiczenia audytorne		10	6	
	a3) ćwiczenia laboratoryjne				
	a4) seminaria				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment		
	projekt badawczy		studium przypadku		
	rozwiązywanie problemu		gry symulacyjne		
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych		indywidualne projekty studenckie		
	konsultacje	T	analiza materiału filmowego		
	inne...		praca indywidualna i w grupach		
	inne...		inne ...		
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	<p>A. wykłady</p> <p>Istota pojęcia kryzys. Typy sytuacji kryzysowych. Źródła i przejawy kryzysu w przedsiębiorstwie. Etapy zarządzania sytuacją kryzysową. Plan antykryzysowy. Zarządzanie kryzysem w perspektywie komunikacji marketingowej. Kryzys z punktu widzenia public relations. Skutki plotek i spekulacji. Jak sobie radzić z negatywnym tonem informacji? Przeciwdziałanie sytuacjom kryzysowym. Podstawowe błędy komunikowania w kryzysie.</p>				
	<p>B. ćwiczenia</p> <p>Studium przypadku: komunikowanie kryzysowe w przedsiębiorstwach. Zasada 5 P. Komunikowanie kryzysowe w social media. Wystąpienia w sytuacjach kryzysowych. Social media guideline. Cele kampanii komunikacyjnej. Plan efektywnej komunikacji kryzysowej.</p>				
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	podstawy zarządzania				
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :					

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania kryzysowego			
	02 - zna zasady zarządzania komunikacją w kryzysie			
	03 - rozwija umiejętności skutecznego porozumiewania się w sytuacjach kryzysowych			
	04 - opracowuje plan komunikacji kryzysowej			
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonanie zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	3,4	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	zaliczenie pisemne	1,2	inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne		imiennie karty oceny studenta	3,4
	złożone projekty		treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	złożone prace pisemne	1,2	inne..	
	inne...		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	50%	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		zaliczenie pisemne	
	zaliczenie pisemne	50%	inne..	
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
a) podstawowa				
Anthonissen P.F. (red.).2013. Komunikacja kryzysowa. Wyd. Wolters Kluwer business, Warszawa				
Murdoch A. 2003. Komunikowanie w kryzysie, jak ratować wizerunek firmy.Wyd. poltext, Warszawa				
b) uzupełniająca				
Czaplicka M. 2014. Zarządzanie kryzysem w social media. Wyd. HELION, Gliwice				
Duduek K. 2015. Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej. Oficyna Wydawnicza Hmanitas, Sosnowiec - Praga				
Dembowska B., Gonicka J. (red. naukowa). 2011. Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie. Wyd. Akademii Humanistyczno - Ekonomicznej w Łodzi, Łódź.				
Bednarczyk M., Wszendybył-Skulska E (red.). 2013. Zarządzanie turystyką w kryzysie. Edukacja i marka. CeDeWu.pl, Warszawa				
Bennewicz M. 2013. Zmień kryzys w zysk. Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa				
UWAGI ²⁴⁾ :				