**Nazwa przedmiotu:**

Strategiczne zarządzanie komunikacją

**Koordynator przedmiotu:**

dr Michał Pręgowski

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia II stopnia

**Program:**

Administracja

**Grupa przedmiotów:**

Obieralne

**Kod przedmiotu:**

A22\_SZK

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2017/2018

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

Ogółem 75h
udział w ćwiczeniach 15
praca własna 60h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,5 p. ECTS

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

0,5 p. ECTS

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 15h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

Przedmiot nie wymaga wstępnego przygotowania, aczkolwiek uprzednie przygotowanie z zakresu podstaw psychologii społecznej będzie atutem.

**Limit liczby studentów:**

grupa obieralna

**Cel przedmiotu:**

Profesjonalne zarządzanie organizacją, tak komercyjną jak i działającą na innych zasadach, nie może się dziś obyć bez wykorzystywania narzędzi public relations. Celem zajęć jest przekazanie studentom podstaw teoretycznej i praktycznej wiedzy na temat PR, ze szczególnym uwzględnieniem aspektów takich, jak skuteczna komunikacja organizacji z otoczeniem, budowa i utrzymanie reputacji, identyfikacja sytuacji kryzysowych, działania prewencyjne, a także zarządzanie sytuacjami kryzysowymi Wiedza przekazywana na zajęciach będzie przydatna studentom tak w roli pracowników/pracodawców, jak i obywateli (krytyczny/świadomy odbiorca treści multimedialnych). Zajęcia definiują PR, wyjaśniają jego założenia i cele, w tym w zakresie komunikacji kryzysowej, jak również przekazują studentom umiejętności praktyczne (umiejętność rozpoznania właściwych publiczności dla stosownych kampanii PR, działań nieetycznych w PR). Zajęcia łączą wątki dyskusji i ćwiczeń w grupach z wykładem porządkującym wiedzę na temat definicji, założeń i perswazyjnych celów public relations.

**Treści kształcenia:**

1. Public relations i reklama w dzisiejszym świecie – wprowadzenie. Czym różni się PR od reklamy? Czy PR to marketing? Czy PR to propaganda?
2. Public relations jako zarządzanie komunikacją. Podstawowe zasady komunikacji społecznej. Przywódcy opinii, odźwierni, szum informacyjny.
3. Komunikacja perswazyjna: public relations, propaganda, reklama.
4. Kto potrzebuje strategicznego zarządzania komunikacją? Specyfika i zakres działań public relations.
5. Publiczności i opinia publiczna.
6. Metody działań PR. Kampanie długofalowe i działania ad hoc.
7. Najczęstsze błędy w zarządzaniu komunikacją.
8. Sytuacje kryzysowe i zarządzanie nimi.
9. Wizerunek, logo, image. Corporate identity – tożsamość organizacji.
10. Etyka w komunikacji organizacja-otoczenie.

**Metody oceny:**

Podstawą zaliczenia jest: A) obecność na zajęciach; B) zaliczenie kolokwium końcowego.

A) Ponieważ przedmiot ma charakter ćwiczeniowy, obecność na zajęciach jest obowiązkowa.Nieobecność na więcej niż dwóch zajęciach skutkuje koniecznością zaliczania zaległego materiału na dyżurze i/lub przygotowania dodatkowego, związanego z zajęciami projektu. Specyfikę każdego z zadań wyrównawczych prowadzący ustala bezpośrednio ze studentem, uwzględniając charakter danej nieobecności. Nieobecność na więcej niż 5 zajęciach skutkuje automatycznie otrzymaniem oceny niedostatecznej z przedmiotu, chyba że powód absencji jest wyjątkowy i bardzo dobrze udokumentowany (np. przewlekła choroba połączona z pobytem w szpitalu).

B) Ćwiczenia kończą się kolokwium podsumowującym, które obejmuje wiedzę z zajęć i prezentowanych na nich materiałów, a także z literatury przedmiotu. Kolokwium podsumowujące odbywa się w formie pisemnej (test z pytaniami zamkniętymi i otwartymi, ew. z krótkimi zadaniami). Maksymalna liczba punktów do zdobycia na kolokwium to 30. Kolokwium odbywa się w dwóch terminach – właściwym i poprawkowym; osobom nieobecnym w pierwszym terminie bądź takim, które postanowią się poprawiać, przysługuje skorzystanie z drugiego terminu. Dodatkowe możliwości zaliczenia przedmiotu są zarezerwowane wyłącznie dla wyjątkowych i dobrze udokumentowanych zdarzeń losowych.

Do uzyskania wpisu z oceną pozytywną konieczne jest spełnienie warunku brzegowego z punktu A.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Literatura podstawowa:
1. P. Anthonissen, Komunikacja kryzysowa, Wolters Kluwer 2010.
2. M. Bigaj, Wiosna na Stryczku, czyli jak nie działać w kryzysie. Serwis internetowy kwartalnika Więź, 21.09.2018, http://wiez.com.pl/2018/09/21/wiosna-na-stryczku-czyli-jak-nie-dzialac-w-kryzysie/
3. S. Black, Public relations, Wydawnictwo Oficyna Ekonomiczna 2006.
4. T. Goban-Klas, Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu, PWN 1999 (i późniejsze)

Literatura uzupełniająca:
5. M. McCombs, Ustanawianie agendy. Media masowe i opinia publiczna, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego 2008.
6. J. Olędzki & D. Tworzydło (red.), Public relations. Znaczenie społczne i kierunki rozwoju, wyd. Newsline & Bonus Liber 2009.
7. M. Przybysz, Kryzys medialny w Wikinomii. [w:] A. Ogonowska (red.), Oblicza nowych mediów, Wydawnictwo WSZiB 2011, s. 166-179.
8. B. Rozwadowska, Public relations, Wydawnictwo Studio Emka 2009.
9. J. Tracewicz, Jak wybuchały największe kryzysy w social mediach w Polsce? Tych afer można było uniknąć. Spidersweb.pl, 22.05.2018, https://www.spidersweb.pl/e/najwieksze-kryzysy-social-media-polska

**Witryna www przedmiotu:**

do uzupełnienia

**Uwagi:**

do uzupełnienia

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka W\_01:**

Student zna podstawową terminologię w zakresie strategicznego zarządzania komunikacją, a także podstawowe narzędzia i funkcje public relations.

Weryfikacja:

1) Dyskusja
2) Aktywna praca na zajęciach
3) Kolokwium końcowe.

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W01, K\_W09

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_WG, II.S.P7S\_WG.1, II.S.P7S\_WG.2, II.H.P7S\_WG.1.o

**Charakterystyka W\_03:**

Student potrafi scharakteryzować działania związane z komunikacją zewnętrzną, wewnętrzną i zarządzaniem kryzysowym.

Weryfikacja:

Dyskusja, kolokwium zaliczeniowe

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_W01, K\_W09

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_WG, II.S.P7S\_WG.1, II.S.P7S\_WG.2, II.H.P7S\_WG.1.o

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka U\_01:**

Student potrafi opracować ramowy plan działań komunikacyjnych dla instytucji.

Weryfikacja:

Zadania w sali, kolokwium końcowe

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U04, K\_U06, K\_U08, K\_U02

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UW, I.P7S\_UK, II.X.P7S\_UW.3.o, II.S.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UU, II.X.P7S\_UW.2

**Charakterystyka U\_02:**

Student potrafi zidentyfikować i wskazać potencjalne sytuacje kryzysowe, a także przygotować bazowy plan działań naprawczych.

Weryfikacja:

Dyskusja, aktywność na zajęciach, kolokwium końcowe

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U04, K\_U01, K\_U02

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** II.S.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.2.o, II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UW, II.X.P7S\_UW.2

**Charakterystyka U\_03:**

Student potrafi przywołać przykłady właściwego i błędnego wykorzystania działań PR w praktyce codziennej i w sytuacjach kryzysowych.

Weryfikacja:

Dyskusja, kolokwium końcowe

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_U01, K\_U03

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** II.H.P7S\_UW.2.o, I.P7S\_UW, I.P7S\_UK, II.S.P7S\_UW.2.o, II.S.P7S\_UW.3.o, II.H.P7S\_UW.1, II.S.P7S\_UW.1

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka K\_01:**

Student docenia znaczenie strategicznego zarządzania komunikacją w pracy zawodowej w biznesie, administracji publicznej i organizacjach pozarządowych.

Weryfikacja:

Dyskusja, kolokwium końcowe

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:** K\_K02, K\_K03

**Powiązane charakterystyki obszarowe:** I.P7S\_KR, I.P7S\_KO