

## Opis zajęć (syllabus): Strategie informacyjne w zarządzaniu sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie

Nazwa zajęć:	<b>Strategie informacyjne w zarządzaniu sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie</b>	<b>ECTS</b>	<b>3</b>
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Information strategies in crisis management in the enterprise		
Zajęcia dla kierunku studiów:	<b>Finanse i Rachunkowość</b>		

Język wykładowy: <b>polski</b>		Poziom studiów: <b>2</b>	
Forma studiów: <b>stacjonarne i niestacjonarne</b>	Status zajęć: <b>kierunkowy - do wyboru</b>	Numer semestru: <b>semestr letni</b>	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		<b>2020/2021</b>	Numer katalogowy: <b>EKR-F-2SZ-X-88-KF-2020</b>

Koordinator zajęć:	<b>dr inż. Agnieszka Werenowska, adiunkt</b>		
Prowadzący zajęcia:	<b>dr inż. Agnieszka Werenowska, adiunkt</b>		
Jednostka realizująca:	<b>Instytut Zarządzania</b>		
Jednostka zlecająca:	<b>Wydział Ekonomiczny</b>		
Założenia, cele i opis zajęć:	<p>a. Przekazanie wiedzy z zakresu komunikowania w sytuacjach kryzysowych.  b. Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych.  c. Kształtowanie umiejętności przygotowania programu antykryzysowego oraz zarządzania informacją w czasie kryzysu.</p> <p><b>Wykład</b>  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</b>  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>		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	<p>a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12  b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4</p>		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, konsultacje, wykład konwersacyjny, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	Podstawy zarządzania i ekonomii		
Efekty uczenia się:	<p><b>Wiedza - Zna i rozumie:</b>  1. zna i rozumie pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania kryzysowego  2. zna zasady zarządzania komunikacją w kryzysie</p>	<p><b>Umiejętności - Potrafi:</b>  3. rozwija umiejętności skutecznego porozumiewania się w sytuacjach kryzysowych  4. opracować plan komunikacji kryzysowej</p>	<p><b>Kompetencje - Jest gotów do:</b>  5. współpracuje w grupie i poszukuje rozwiązania problemu  6. analizuje sytuację kryzysową</p>
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wykonania zadania projektowego (efekty: 4,5,6), test (pisemny lub komputerowy) (efekty: 1,2,3)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	zestaw pytań, indywidualne projekty studenckie		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wykonania zadania projektowego - 50%, test (pisemny lub komputerowy) - 50%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala dydaktyczna (wykładowa/ćwiczeniowa)		
Literatura podstawowa i uzupełniająca:			
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anthonissen P.F. (red.). 2013. Komunikacja kryzysowa. Wyd. Wolters Kluwer Business, Warszawa.</li> <li>2. Murdoch A. 2003. Komunikowanie w kryzysie, jak ratować wizerunek firmy. Wyd. Poltext, Warszawa.</li> <li>3. Czaplicka M. 2014. Zarządzanie kryzysem w social media. Wyd. HELION, Gliwice.</li> <li>4. Dudek K. 2015. Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej. Oficyna Wydawnicza Hmanitas, Sosnowiec - Praga.</li> <li>5. Bednarczyk M., Wszendybył-Skulska E (red.). 2013. Zarządzanie turystyką w kryzysie. Edukacja i marka. CeDeWu.pl, Warszawa.</li> <li>6. Bennewicz M. 2013. Zmień kryzys w zysk. Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa.</li> </ol>			

Uwagi:

**Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:**

Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:

**75/75**

Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:

**2.4/1.84 ECTS**

**Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:**

Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1. zna i rozumie pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania kryzysowego	FIR2_KW01	2
	2. zna zasady zarządzania komunikacją w kryzysie	FIR2_KW03	3
Umiejętności	3. rozwija umiejętności skutecznego porozumiewania się w sytuacjach kryzysowych	FIR2_KU05	3
	4. opracować plan komunikacji kryzysowej	FIR2_KU02	3
Kompetencje	5. współpracuje w grupie i poszukuje rozwiązania problemu	FIR2_KK02	2
	6. analizuje sytuację kryzysową	FIR2_KK01	2

\*) 3 - zaawansowany i szczegółowy, 2 - znaczący, 1 - podstawowy