

## 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:<br><b>stacjonarne i niestacjonarne</b> | Status zajęć:<br><b>kierunkowy - do wyboru</b> | Numer semestru:<br><b>semestr letni</b> |  |
| Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik): |  | <b>2020/2021</b>                        | Numer katalogowy:<br><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.<br/>b. Kształtowanie kompetencji komunikacyjnych w sytuacjach kryzysowych.<br/>c. Kształtowanie umiejętności przygotowania programu antykryzysowego oraz zarządzania informacją w czasie kryzysu.</p> <p><b>Wykład</b><br/>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><br/>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:   | a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12<br>b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4  |  |  |
| 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></p> <p>1. zna i rozumie pojęcia i kategorie z zakresu komunikowania kryzysowego</p> <p>2. zna zasady zarządzania komunikacją w kryzysie</p>   | <p><b>Umiejętności - Potrafi:</b></p> <p>3. rozwija umiejętności skutecznego porozumiewania się w sytuacjach kryzysowych</p> <p>4. opracować plan komunikacji kryzysowej</p> | <p><b>Kompetencje - Jest gotów do:</b></p> <p>5. współpracuje w grupie i poszukuje rozwiązania problemu</p> <p>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:  |   |  |  |
| <p>1. Anthonissen P.F. (red.). 2013. Komunikacja kryzysowa. Wyd. Wolters Kluwer Business, Warszawa.</p> <p>2. Murdoch A. 2003. Komunikowanie w kryzysie, jak ratować wizerunek firmy. Wyd. Poltext, Warszawa.</p> <p>3. Czaplicka M. 2014. Zarządzanie kryzysem w social media. Wyd. HELION, Gliwice.</p> <p>4. Dudek K. 2015. Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej. Oficyna Wydawnicza Hmanitas, Sosnowiec - Praga.</p> <p>5. Bednarczyk M., Wszendybył-Skulska E (red.). 2013. Zarządzanie turystyką w kryzysie. Edukacja i marka. CeDeWu.pl, Warszawa.</p> <p>6. Bennewicz M. 2013. Zmień kryzys w zysk. Grupa Wydawnicza Foksal, Warszawa.</p> |   |  |  |

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