Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-……..…………..

# KARTA KURSU

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Zarządzanie wizerunkiem |
| Nazwa w j. ang. | Reputation management |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Bożena Jaskowska | Zespół dydaktyczny |
| dr Bożena Jaskowska |
| Punktacja ECTS\* | 1 |

## Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Poznanie podstawowych zagadnień teoretycznych i praktycznych z zakresu budowania i zarządzania wizerunkiem osobistym oraz korporacyjnym. Zrozumienie znaczenia wizerunku w życiu osobistym i zawodowym, nabycie umiejętności świadomego kształtowania wizerunku przy wykorzystaniu odpowiednich narzędzi. Poznanie zasad skutecznej komunikacji wizerunkowej oraz kreowania wizerunku i e-wizerunku, a także zaznajomienie się z technikami zarządzania kryzysem wizerunkowym. |

## Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Ogólna wiedza na temat zarządzania, marketingu i komunikacji społecznej. |
| Umiejętności | Umiejętność krytycznego myślenia i analizy treści wizualnych i tekstowych.  Podstawowe umiejętności korzystania z narzędzi internetowych. |
| Kursy | – |

## Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01. Posiada wiedzę z zakresu budowania i zarządzania wizerunkiem osobistym i korporacyjnym. Wie czym jest komunikacja wizerunkowa, potrafi wskazać komponenty składające się na wizerunek własny. Zna zasady skutecznego kreowania wizerunku. | K\_W01 |
| W02. Student zna metody analizy i interpretacji treści tekstowych, wizualnych i multimedialnych składających się na wizerunek osobisty i korporacyjny. | K\_W02 |
| W03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01. Umie dobierać techniki i narzędzia do tworzenia skutecznej komunikacji wizerunkowej. Wie jak reagować na kryzys wizerunkowy. | K\_U01 |
| U02. Posiada umiejętność badania wizerunku oraz doboru narzędzi analitycznych do oceny efektywności komunikacji wizerunkowej. | K\_U02 |
| U03. |  |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt kształcenia dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01. Student potrafi zarządzać wizerunkiem osobistym na rynku pracy. | K\_K01 |
| K02. Student rozumie potrzebę prowadzenia świadomej strategii wizerunkowej w firmie oraz ma wiedzę na temat wpływu wizerunku korporacyjnego na sukces gospodarczy. | K\_K03 |
| K03. |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | |
| A | K | L | S | P | E |
| Liczba godzin |  |  | 15 |  |  |  |  |

## Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Zajęcia prowadzone są w formie interaktywnych konwersatoriów, w ramach których wykonywane są ćwiczenia indywidualne i grupowe.  Zajęcia wzbogaca dyskusja oraz analiza case studies. |

## Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |
| --- | --- |
| Efekt kierunkowy | Formy sprawdzania |
| W01 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| W02 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| W03 |  |
| U01 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| U02 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| U03 |  |
| K01 | Projekt indywidualny, Udział w dyskusji |
| K02 | Projekt indywidualny, Projekt grupowy, Udział w dyskusji |
| K03 |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Sposób zaliczenia | Zaliczenie |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Kryteria oceny:  – obecność i aktywność na zajęciach,  – poprawne wykonanie zadań zleconych przez prowadzącego z zakresu wizerunku osobistego i korporacyjnego,  – analiza case study (praca grupowa). |

## Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| **Wykład**  - |

|  |
| --- |
| **Ćwiczenia**  1. Wizerunek osobisty i wizerunek firmy – wprowadzenie do zajęć (1h)  2. Wizerunek osobisty: elementy, planowanie, budowanie, zarządzanie (3h)  3. Wizerunek korporacyjny: rodzaje, strategie, analiza wybranych case studies (2h)  4. Komunikacja wizerunkowa (1h)  5. Kryzysy wizerunkowe i sposoby ich rozwiązywania (2h)  6. E-wizerunek (2h)  7. Badania wizerunku, feedback i pomiar efektywności komunikacji wizerunkowej (2h)  8. Analiza i prezentacja case study (2h) |

## Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Budzyński, Wojciech (2017). Public relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość.  Szlis, Izabela (2020). Wizerunek – jak go zmierzyć i poprawić.  Trzeciak, Sergiusz (2015). Wizerunek publiczny w internecie. Kim jesteś w sieci?  Tworzydło, Dariusz (2023). Public relations. praktyka działania 3.0.  Tworzydło, Dariusz (2019). Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym. Metody, procedury, reagowanie |

## Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Budzyński, Wojciech (2002). Wizerunek firmy. Kreowanie, zarządzanie, efekty.  Łebkowski, Michał (2009). E-wizerunek. Internet jako narzędzie kreowania image’u w biznesie. |

## Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | 0 |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 15 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 0 |
| Liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 5 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | 0 |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | 10 |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 0 |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 30 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 1 |