

Informacje podstawowe

Nazwa przedmiotu	Warsztat rzecznika prasowego – zarządzanie kryzysowe
Prowadzący	dr Tomasz Knecht
Wydział	Wydział Nauk o Komunikacji i Dziennikarstwa
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	II
Profil studiów	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarna
Moduł specjalnościowy	
Dyscyplina naukowa, do której odnoszą się efekty uczenia się	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Obowiązuje od roku akademickiego	2024/2025
Rok studiów	1
Semestr	2
Język wykładowy	polski
Status przedmiotu (<i>obowiązkowy, do wyboru</i>)	obowiązkowy
Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się (<i>symbole</i>)	DK2_W06, DK2_W09, DK2_W15, DK2_W16, DK2_U07, DK2_U15, DK2_K06
Rodzaj zajęć (<i>wybór z listy*</i>)	ćwiczenia
Liczba godzin	30
Liczba ECTS	3
Wymagania wstępne	Brak wymagań.
Opis i cele przedmiotu Warsztat rzecznika prasowego – zarządzanie kryzysowe	Ćwiczenia mają na celu przygotowanie do zarządzania informacjami w sytuacjach kryzysowych w różnego rodzaju instytucjach, firmach i organizacjach. Łączą elementy zarządzania kryzysowego z funkcją rzecznika prasowego, odpowiedzialnego za kontakty z mediami i grupami otoczenia. Przedmiot wprowadza w zagadnienia związane z zarządzaniem kryzysowym i komunikacją. Prowadzony jest w oparciu o dotychczasowe, poznane w trakcie studiów, jak również zawodowe, doświadczenia związane z rynkiem mediów. Zajęcia mają na celu przygotować studenta do zarządzania w sposób profesjonalny komunikacją w sytuacjach trudnych, stresowych, kryzysowych w różnego rodzaju instytucjach, firmach i organizacjach. Ćwiczenia mają charakter warsztatowo - konwersatoryjny. Uczestnicy, poznając podstawy komunikacji kryzysowej oraz roli rzecznika prasowego, zmierzają się z realnymi, współcześnie występującymi problemami.

	Na początku każdego z zajęć studenci dostają do opracowania kolejne zadanie, związane z aktualnie występującą sytuacją kryzysową, a następnie (w grupach) przygotowują strategię komunikacji, dostosowaną do zaistniałego kryzysu, wcielając się w rolę rzeczników prasowych.
--	---

Treści programowe

Temat/blok zajęć:	Liczba godzin
Warsztat rzecznika prasowego - zarządzanie kryzysowe:	
1. Kryzys - definicje, źródła, cechy, fazy i typy sytuacji kryzysowych	2
2. Działalność organów administracji publicznej jako element kierowania bezpieczeństwem narodowym. System zarządzania kryzysowego	2
3. Sytuacje kryzysowe w instytucji. Zasady przygotowania planu sytuacji kryzysowej. Zasady zachowania się w sytuacji kryzysowej	2
4. Instytucja rzecznika prasowego i jego kompetencje w sytuacji kryzysowej	2
5. Taktyki i strategie w rzecznictwie prasowym	2
6. Narzędzia komunikacji bezpośredniej z mediami i grupami otoczenia	2
7. Organizacja pracy w biurze prasowym i organizacja konferencji prasowych oraz briefingów	2
8. Współpraca z mediami	2
9. Prawo prasowe i ustawa o dostępie do informacji publicznej - zasady udzielania informacji	2
10. Wystąpienia publiczne	2
11. Autoryzacja, oświadczenie, sprostowanie	2
12. Komunikacja kryzysowa – omówienie wybranych przykładów z bieżących wydarzeń w Polsce i na świecie	2
13. Wizerunek rzecznika prasowego i jego znaczenie w życiu społecznym – omówienie na wybranych przykładach	2
14. Przygotowanie komunikatu w związku z zaistniałą sytuacją kryzysową, w oparciu o materiały przekazane przez prowadzącego	2
15. Prezentacje zaliczeniowe zespołów	2
Łącznie godzin:	30

Opis przedmiotowych efektów uczenia się i sposoby ich weryfikacji

Kategoria efektu (W, U, K)	<u>Kierunkowe</u> efekty uczenia się (co ogólnie absolwent po tych studiach będzie wiedział i umiał)	<u>Opis przedmiotowych</u> efektów uczenia się (wyłącznie czasownikami operacyjnymi - czynności, które da się zweryfikować, mieralne; w nawiasie należy podać numery tematów zajęć, które realizują dany efekt) (co konkretnie student po tym przedmiocie będzie wiedział i umiał)	Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (np.: kolokwium pisemne, egzamin ustny, egzamin pisemny, sprawozdanie, prezentacja na zajęciach, raport, projekt indywidualny, grupowy..)
DK2_W06	W pogłębionym stopniu zna i rozumie procesy komunikowania interpersonalnego i społecznego w różnych aspektach (m.in. psychologicznym i socjologicznym), ich prawidłowości i zakłócenia	W1 – student rozumie procesy komunikowania interpersonalnego i społecznego oraz potrafi identyfikować ich zakłócenia w pracy rzecznika prasowego (tematy 3-11)	Aktywność podczas dyskusji
DK2_W09	W pogłębionym stopniu zna i rozumie mechanizmy komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej instytucji państwowych, komercyjnych i społecznych	W2 - student potrafi kreować i wykonywać zadania stojące przed rzecznikiem prasowym firmy, instytucji lub organizacji (tematy 3-11)	Aktywność podczas dyskusji
DK2_W15	W pogłębionym stopniu zna i rozumie funkcjonowanie grup i instytucji medialnych oraz zarządzanie nimi	W3 - student potrafi wskazać zasady funkcjonowania przedsiębiorstw i instytucji oraz zna zasady zarządzania nimi (tematy 4-9)	Aktywność podczas dyskusji
DK2_W16	W pogłębionym stopniu zna i rozumie pojęcia związane z komunikacją, marketingiem i public relations w kontekście wykorzystania ich w rzeczywistości medialnej	W4 – student ma pogłębioną wiedzę na temat komunikacji, marketingu, public relations, budowania wizerunku oraz potrafi zastosować ją w projektach związanych z obsługą medialną firmy, instytucji i organizacji (temat 15)	Prezentacja projektu grupowego
DK2_U07	W pogłębionym stopniu prawidłowo interpretować przekazy medialne, badać różne rodzaje mediów i interpretować wyniki tych badań, analizować dyskurs medialny, dokonywać monitoringu mediów oraz badać i kształtować	U1 – student umie wykorzystać wiedzę dotyczącą szeroko rozumianych przekazów medialnych i zastosować ją dla potrzeb procesów komunikacyjnych (temat 15)	Prezentacja projektu grupowego

	opinię publiczną, rozpoznawać próby manipulacji i propagandy i bronić się przed nimi, a także mechanizmy psychologiczne występujące w procesach komunikacyjnych i społecznych		
DK2_U15	Ma pogłębione umiejętności związane z zarządzaniem wizerunkiem instytucji i identyfikacją wizualną	U2 – student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą zagadnień marketingowych i public relations i potrafi wykorzystać ją w komunikacji związanej z zarządzaniem kryzysowym (tematy 6-14)	Aktywność podczas dyskusji
DK2_K06	Jest gotów do jasnego dostrzegania i precyzyjnego formułowania problemów moralnych i dylematów etycznych związanych z własną i cudzą pracą, oraz jest gotów do poszukiwania optymalnych rozwiązań, postępując zgodnie z zasadami etyki ogólnej i zawodowej	K1 – student ma pogłębioną wiedzę dotyczącą zagadnień marketingowych i public relations i potrafi wykorzystać ją w komunikacji związanej z zarządzaniem kryzysowym (temat 15)	Prezentacja projektu grupowego

Metody dydaktyczne

(dostosowane do przedmiotowych efektów uczenia się)

1.	Wykład konwersatoryjny
2.	Dyskusja panelowa
3.	Krytyczne analizy treści
4.	Studium przypadku
5.	Metoda ćwiczeniowa
6.	Burza mózgów
7.	Praca zespołowa

Opis nakładu pracy studenta w ECTS

Kontakt z prowadzącym	Aktywność	Liczba godzin	Razem liczba godzin / ECTS
bezpośredni	udział w zajęciach	30	30/1
	udział w zaliczeniach poza zajęciami		
	udział w konsultacjach		
praca własna	przygotowanie do zajęć, osobiste lektury	15	30/1

	praca w ramach zaliczenia śródkresowego i przygotowanie do testu końcowego	15	
--	--	----	--

Kryteria oceny końcowej

(Opis składowych oceny końcowej zajęć, rozkład procentowy lub punktowy, informacja o dopuszczalnej liczbie nieobecności, inne kryteria)

Ewaluacja będzie prowadzona w trybie ciągłym.

Do uzyskania pozytywnej oceny z przedmiotu konieczne jest rozliczenie się ze wszystkich prac wykonywanych w trakcie zajęć lub jako prace domowe oraz nie przekroczenie limitu nieobecności.

Na ocenę końcową składa się:

1/2 - aktywne uczestnictwo studenta w zajęciach

1/2 - zespołowa prezentacja projektu na zajęciach w wyznaczonym terminie.

Studentom przysługuje prawo do dwóch nieusprawiedliwionych nieobecności w semestrze.

Osoby z indywidualną organizacją studiów są oceniane na podstawie obecności na zajęciach (min. 50%) oraz uczestnictwa w projekcie grupowym (niezbędna obecność podczas prezentacji projektu)

W1, W2. W3

Na ocenę 5:

- student samodzielnie określa zadania stojące przed rzecznikiem prasowym oraz doskonale orientuje się w zasadach funkcjonowania i zarządzania przedsiębiorstwem

Na ocenę 4:

- student orientuje się w zadaniach rzecznika prasowego oraz zna podstawowe zasady funkcjonowania przedsiębiorstw

Na ocenę 3:

- przy udziale prowadzącego zajęcia potrafi wskazać zadania należące do obowiązków rzecznika prasowego oraz zna podstawy warsztatu pracy rzecznika

W4

Na ocenę 5:

- student definiuje samodzielnie pojęcia związane z komunikacją, marketingiem, public relations i budowaniem wizerunku oraz podaje przykłady ilustrujące każde z nich

Na ocenę 4:

- student rozpoznaje większość pojęć związanych z komunikacją, marketingiem, public relations i budowaniem wizerunku, potrafi wskazać przykłady ilustrujące wybrane z nich

Na ocenę 3:

- student przy pomocy prowadzącego zajęcia wymienia niektóre pojęcia związane z komunikacją, marketingiem, public relations i budowaniem wizerunku oraz podaje przykłady ilustrujące niektóre z nich

U1

Na ocenę 5:

- student samodzielnie konstruuje przekazy medialne w procesach komunikacyjnych związanych w dowolnie wskazanych obszarach tematycznych

Na ocenę 4:

- student wybiera sposoby adekwatne do prowadzenia komunikacji stosownej do zaistniałych sytuacji oraz poddaje je analizie

Na ocenę 3:

- z pomocą prowadzącego zajęcia student porównuje różne przekazy medialne

U2

Na ocenę 5:

- student samodzielnie konstruuje komunikaty związane z zarządzaniem kryzysowym oraz proponuje najlepsze rozwiązania w oparciu o wiedzę dotyczącą marketingu i public relations

Na ocenę 4:

- student analizuje sposoby prowadzenia komunikacji w dostosowanej do sytuacji kryzysowej i proponuje zastosowanie wybranego przykładu

Na ocenę 3:

- student przy udziale prowadzącego zajęcia porządkuje pojęcia dotyczące komunikacji związanej z zarządzaniem kryzysowym

K1

Na ocenę 5:

- student jest zorientowany na samodoskonalenie zawodowe w oparciu o zdobytą wiedzę, chętnie podejmuje dyskusje na tematy związane z etyką oraz angażuje się w realizację zadań zespołowych

Na ocenę 4:

- student zachowuje otwartość do dyskusji, chętnie podejmuje się pracy w grupie oraz przestrzega poczynionych ustaleń

Na ocenę 3:

- student bierze udział w dyskusjach związanych z przedmiotowymi zagadnieniami, dba o odpowiedni poziom wypowiedzi

Literatura obowiązkowa

1.	Kaczmarek-Śliwińska M., <i>Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się</i> , Warszawa 2015.
2.	Czaplicka M., <i>Zarządzanie kryzysem w social media</i> , Gliwice 2013.
3.	Łaszyn A., <i>Media i ty, czyli jak efektywnie zarządzać kontaktem z dziennikarzami</i> , Warszawa 2015.
4.	Miotk A., <i>Skuteczne social media</i> , Gliwice 2012.
5.	Regester M., Larkin J., <i>Zarządzanie kryzysem</i> , Warszawa 2005.

Literatura uzupełniająca

1.	Nogalski B., Marcinkiewicz H., <i>Zarządzanie antykryzysowe przedsiębiorstwem. Pokonać kryzys i wygrać</i> , Warszawa 2004.
2.	Przybysz M., <i>Kościół w kryzysie? Crisis management w Kościele w Polsce</i> , Tarnów 2008.
3.	Rydzak W., <i>Zarządzanie informacją w sytuacjach kryzysowych</i> , w: J. Olędzki, D. Tworzydło (red.), <i>Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju</i> , Warszawa 2006, s. 276-293.

4.	Murdoch A., <i>Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy</i> , Warszawa 2003.
5.	Mittelstaedt R.E., <i>Jak uniknąć pomyłek, które mogą zniszczyć Twoją organizację. Katastrofy lotnicze, spektakularne porażki finansowe, awarie w elektrowniach jądrowych – drobne błędy, które przeoczono...</i> , Gliwice 2006.
6.	Nogalski B., Marcinkiewicz H., <i>Zarządzanie antykryzysowe przedsiębiorstwem. Pokonać kryzys i wygrać</i> , Warszawa 2004.

*** lista rodzajów zajęć**

- ☒ ćwiczenia (audytoryjne, translatoryjne, terenowe, warsztatowe, projektowe)
- ☐ ćwiczenia laboratoryjne, komputerowe
- ☐ lektorat języka obcego nowożytnego/starożytnego
- ☐ wykład kierunkowy
- ☐ wykład monograficzny lub konwersatorium monograficzne
- ☐ seminarium dyplomowe
(sem. magisterskie, licencjackie lub inżynierskie, na którym student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową, wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)
- ☐ pracownia dyplomowa (programistyczna, chemiczna, fizyczna, biologiczna, inżynierska)
(zajęcia laboratoryjne, na których student pod kierunkiem opiekuna pracy przygotowuje pracę dyplomową wykorzystując metody adekwatne do realizowanej tematyki badawczej)