**KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Kod przedmiotu | | Nazwa przedmiotu | Kryzys i sytuacje kryzysowe | | | |
| UTH/F/DZ/2/P/ST/B2/19 | | The crisis and crisis situations | | | |
| Język wykładowy | | Polski | | | | |
| Rok akademicki | | 2021/2022 | | | | |
|  | | | | | | |
| Kierunek | | Dziennikarstwo i nowe media | | | | |
| w zakresie | | - | | | | |
| Poziom studiów | | Studia drugiego stopnia | | | | |
| Profil studiów | | Profil praktyczny | | | | |
| Forma studiów | | Studia stacjonarne | | | | |
| Semestr / semestry | | III | | | | |
|  | | | | | | |
| Przynależność do grupy zajęć | | B2. Grupa zajęć kierunkowych – do wyboru | | | | |
| Status przedmiotu | | Wybierany | | | | |
| Formy realizacji zajęć dydaktycznych,  wymiar, punkty ECTS | | Forma zajęć | | Liczba godzin zajęć dydaktycznych | Liczba punktów ECTS | |
| - | | - | 2 ECTS | |
| - | | - |
| Zajęcia warsztatowe | | 20 |
| Powiązanie przedmiotu | z profilem studiów | Kształtuje umiejętności praktyczne (profil praktyczny) | | | | 2 ECTS |
| z uprawnieniami | - | | | | 0 ECTS |
| z dyscypliną | Nauki o komunikacji społecznej i mediach | | | | 2 ECTS |
| Forma nauczania | | Tradycyjna – zajęcia zorganizowane na Uczelni | | | | |
| Wymagania wstępne | | Brak | | | | |
|  | | | | | | |
| Jednostka prowadząca | | Wydział Filologiczno-Pedagogiczny / Katedra Filologii Polskiej | | | | |
| Koordynator | | Dr hab. W. Macierzyński, prof. UTHRad. | | | | |
| Adres strony internetowej pjo | | [www.wfp.uniwersytetradom.pl](http://www.wfp.uniwersytetradom.pl) | | | | |
| Adres e-mail, telefon koordynatora | | [w.macierzynski@uthrad.pl](mailto:w.macierzynski@uthrad.pl), tel. +48 (48) 361 7360 | | | | |

**EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

|  |  |
| --- | --- |
| Cel kształcenia: | 1. Celem kształcenia jest przekazanie studentom wiedzy na temat różnych form już zaistniałych lub potencjalnych kryzysów i różnego rodzaju sytuacji kryzysowych oraz sposobów umiejętnego korzystania z mediów w celu rozwiązywania sytuacji kryzysowych. Ponadto celem zajęć jest dostarczenie studentom praktycznych umiejętności w zakresie skutecznego planowania i wdrażania kampanii informacyjnych, promocyjnych, PR-owych i politycznych w warunkach kryzysowych. |
| Treści programowe: | **Zajęcia warsztatowe**  - Pojęcie kryzysu i sytuacji kryzysowej – analiza wybranych przypadków;  - Sytuacje kryzysowe w polityce międzynarodowej, krajowej, regionalnej i lokalnej;  - Komunikacja władz ze społeczeństwem w warunkach kryzysu (gospodarczego, politycznego, epidemicznego itp.);  - Media tradycyjne (publiczne i prywatne) i nowe media – ich wpływ na społeczne poczucie bezpieczeństwa w sytuacjach kryzysowych – analiza wybranych przekazów;  - PR i inne formy komunikacji przedsiębiorstw z otoczeniem w sytuacjach kryzysowych;  - Medialne kampanie promocyjne, społeczne, polityczne i wyborcze w warunkach zagrożenia (np. pandemii) – ze szczególnym uwzględnieniem nowych mediów na wybranych przykładach – planowanie i realizacja;  - Działania marketingowe, promocyjne i reklamowe w nowych mediach w warunkach dekoniunktury i kryzysu gospodarczego – studia przypadków;  - Etyka mediów w sytuacjach zagrożenia dla bezpieczeństwa obywateli i w innych sytuacjach kryzysowych. |
| Metody dydaktyczne (kształcenia): | - wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik i narzędzi multimedialnych  - klasyczna i sytuacyjna metoda problemowa  - studium przypadku  - projekt (kampanii informacyjnej, promocyjnej lub politycznej) |
| Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej: | Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów uczenia się. Uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich form zajęć wchodzących w skład przedmiotu jest równoznaczne ze zdobyciem przez studenta liczby punktów ECTS przyporządkowanej temu przedmiotowi. Sposób obliczania oceny z poszczególnych form zajęć przedstawia się następująco:  **Zajęcia warsztatowe:**  40% aktywność na zajęciach warsztatowych, 60% ocena pracy indywidualnej (projekt) |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć | | | | Metody weryfikacji efektów uczenia się | |
| Numer efektu uczenia się | Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU)  Student, który zaliczył przedmiot  (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do: | Kierunkowy efekt uczenia się  (KEU) | Forma zajęć | Forma weryfikacji  (zaliczeń) | Metody sprawdzania  i oceny |
| W1 | Rozumie pojęcia kryzysu, sytuacji kryzysowych, zna różne ich rodzaje  oraz rozumie rolę mediów w odniesieniu  do kryzysów i sytuacji kryzysowych. | K\_WG05 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |
| W2 | Zna cele, instrumenty, metody i techniki e-PR i e-marketingu wykorzystywane w sytuacjach kryzysowych. | K\_WG06 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |
| U1 | Umie tworzyć rzetelne, merytoryczne  i skuteczne przekazy z wykorzystaniem nowych mediów w kontekście kryzysu  lub sytuacji kryzysowej. | K\_UW01  K\_UW03 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |
| U2 | Umie porozumiewać się z różnymi grupami odbiorców, w zależności od specyfiki działalności nadawcy przekazu tworzyć wypowiedzi pisemne, ustne oraz przekazy multimedialne z wykorzystaniem nowych mediów w sytuacjach kryzysowych. | K\_UK07 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |
| U3 | Umie działać jako członek, a także kierownik zespołu marketingowego i PR-owskiego. | K\_UO11 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |
| U4 | Umie rozwijać i wykorzystywać kompetencje miękkie w działalności marketingowej i PR-owskiej | K\_UU14 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność n  a zajęciach, projekt |
| K1 | Jest przygotowany merytorycznie i mentalnie do wykorzystania swojej wiedzy i swoich umiejętności komunikacyjno-medialnych  w celu rozwiązywania sytuacji kryzysowych, tudzież zapobiegania ich występowaniu;  jest gotów robić to w sposób etyczny. | K\_KO03  K\_KR05 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Aktywność  na zajęciach, projekt |

|  |
| --- |
| Literatura i pomoce naukowe |
| **Literatura podstawowa**  Czaplicka M., Zarządzanie kryzysem w social media, Gliwice 2014  Kaczmarek – Śliwińska M., Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Warszawa 2015  Tworzydło D., Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym, Warszawa 2019  Tworzydło D., Łaszyn A., Szuba P., Zarządzanie sytuacja kryzysową w największych polskich przedsiębiorstwach, Rzeszów 2018  **Literatura uzupełniająca**  Ficoń K., Inżynieria zarządzania kryzysowego. Podejście systemowe, Warszawa 2007  Macierzyński M., Macierzyński W., Public relations w zarządzaniu sytuacją kryzysową w banku, w: Tworzydło D., Soliński T. (red), Public relations – narzędzia przyszłości, Rzeszów 2007  Skarżyński M., Andruszkiewicz I., (red.); Media w systemie bezpieczeństwa narodowego, Poznań 2015  **Pomoce naukowe**  Komputery z łączem internetowym, smart fony, rzutnik multimedialny. |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS | | | |
| Udział w zajęciach, aktywność | Obciążenie studenta [h] | | |
| Inne godz. kontaktowe  (IGK) | Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta  (ZBN) | Zajęcia dydaktyczne |
| Udział w zajęciach warsztatowych | - | - | 20 |
| Udział w konsultacjach | 5 | - | - |
| Przygotowanie do zajęć i zaliczenia,  w tym wykonanie prac zaliczeniowych | - | 25 | - |
| Sumaryczne obciążenie pracą studenta | 5[h] / 0,2 ECTS | 25[h] / 1,0 ECTS | 20[h] / 0,8 ECTS |
| Punkty ECTS za przedmiot | 2 ECTS | | |

|  |
| --- |
| Informacje dodatkowe, uwagi |
|  |