



**WYDZIAŁ: Nauk Ekonomiczno-Społecznych**

**KIERUNEK: Ekonomia**

**SPECJALNOŚĆ: GZL**

**POZIOM KSZTAŁCENIA: studia I stopnia**

**FORMA KSZTAŁCENIA: niestacjonarne**

**PROFIL: praktyczny**

## KARTA PRZEDMIOTU

*(Sylabus)*

Nazwa przedmiotu: <b>Wizerunek organizacji i pracowników</b>				Punkty ECTS: <b>3</b>		
Prowadzący: <b>zgodnie z obsadą i planem zajęć</b>						
Rok: <b>3</b>	Wykłady	Konwersatoria	Ćwiczenia laboratoryjne	Ćwiczenia	BUNA**	Forma zaliczenia*
Semestr: <b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18 (ZO)</b>	<b>15 (Z)</b>	<b>ZO/Z</b>
* E – egzamin; Z – zaliczenie; ZO – zaliczenie z oceną, **BUNA – forma zaliczenia w postaci udokumentowanej pracy semestralnej ocenianej przez prowadzącego						
<b>Cel przedmiotu:</b> przekazanie wiedzy o problematyce organizacji działań wizerunkowych w przedsiębiorstwie oraz uświadomienie roli i efektów kreowania świadomego wizerunku pracowników i organizacji w otoczeniu rynkowym.						
<b>Metody dydaktyczne:</b> przykłady organizacji funkcjonujących na rynku, posiadających określoną reputację, realizacja projektu, BUNA – praca semestralna – projekt wspomagany obserwacją.						
<b>Wymagania wstępne:</b> wiedza z zakresu podstaw zarządzania organizacją, gospodarowania kapitałem ludzkim oraz marketingu.						
Nr	Tematyka zajęć					
I	WYKŁADY: nie dotyczy					
II	KONWERSATORIA: nie dotyczy					
III	ĆWICZENIA LABORATORYJNE: nie dotyczy					
IV	ĆWICZENIA: 1. Istota budowania wizerunku organizacji w jej otoczeniu rynkowym. 2. Cele i zadania aktywności PR w przedsiębiorstwie. 3. Organizacja wewnętrznych i zewnętrznych działań wizerunkowych. 4. Kształtowanie wizerunku organizacji w sytuacjach kryzysowych. 5. Skuteczności działań wizerunkowych – pomiar i wnioskowanie 6. Finansowanie działań wizerunkowych a ich efektywność dla organizacji					
V	<b>BUNA:</b> Praca semestralna – realizacja projektu grupowego, na bazie obserwacji wybranej organizacji, z wyszczególnieniem wybranego problemu omawianego w trakcie ćwiczeń.					
Efekty UCZENIA SIĘ						
Efekty kierunkowe – symbol i wyszczególnienie				Efekty przedmiotowe – wyszczególnienie		
w zakresie <b>WIEDZY</b> :				Potrafi określić istotę budowania pozytywnego wizerunku organizacji w jej otoczeniu rynkowym i korzyści z tego wynikające. Student ma wiedzę na temat sposobów budowania wizerunku organizacji w otoczeniu oraz skutecznego nim zarządzania. Posiada umiejętności doboru odpowiednich działań PR w procesach zmiany, podtrzymywania lub obrony wizerunku organizacji.		
P6U_W	P6S_WG	E1_W01 Posiada kompleksową wiedzę o miejscu ekonomii w systemie nauk, jej charakterze, metodologii i powiązanych z innymi dyscyplinami naukowymi, zna i rozumie podstawową				



		terminologię nauk ekonomicznych wraz z zastosowaniem tej praktycznej wiedzy w działalności gospodarczej.	
P6U_W	P6S_WG	E1_W05 Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury ekonomiczne; zna reguły zachowania człowieka w zakresie zaspokajania potrzeb, ma elementarną wiedzę o zasadach i motywach działania człowieka w procesie tworzenia oraz realizacji zadań i zmian organizacyjnych tych struktur. Wie jak wiedzę zastosować w praktyce.	Posiada wiedzę o człowieku i określa jego wizerunek w strukturach ekonomicznych. Rozumie, że każdy pracownik tworzy wizerunek organizacji. Jeżeli jest pozytywny to łatwiej o identyfikację z przedsiębiorstwem, co przekłada się na bardziej twórczą i efektywną pracę.
P6U_W	P6S_WG	E1_W06 Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu sposoby zastosowania i analizę wyników wybranych narzędzi ilościowych w opisie faktów, obiektów i zjawisk dotyczących różnych obszarów funkcjonowania gospodarki i złożonych zależnościach, a także prognozowaniu przyszłych scenariuszy działalności gospodarczej i społecznej.	Zna metody i techniki pozyskiwania danych umożliwiające analizować i interpretować aktywność podmiotów w zakresie PR. Rozumie konieczność kreowania wizerunku poprzez działania public relations, wykorzystanie przekazu reklamowego do kreowania wizerunku przedsiębiorstwa oraz budowanie jego wizerunku w oparciu o inicjatywy społeczne.
P6U_W	P6S_WG	E1_W14 Identyfikuje i opisuje rolę zasobów ludzkich, kapitału finansowego, rzeczowego w organizacjach gospodarczych.	Ma wiedzę o procesach budowania wizerunku organizacji i pracowników zarówno w zakresie wizerunku pozytywnego jak i negatywnego (tzw. czarny PR).



**w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:**

P6U_U	P6S_UW	E1_U02 Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i efektywnie oraz skutecznie pozyskiwać wiarygodne dane ze źródeł pierwotnych i wtórnych do analizowania konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych w zakresie dyscyplin ekonomicznych.	Wykorzystuje wiedzę teoretyczną i posługuje się danymi ze źródeł pierwotnych i wtórnych.
P6U_U	P6S_UW	E1_U03 Potrafi właściwie analizować i przygotować dokumentację księgowo-finansową do celów decyzyjno-ewidencyjnych oraz dokonać analizy i oceny zachodzących procesów i zjawisk ekonomiczno-społecznych	Właściwie analizuje i dokumentuje symptomy procesów wpływających na wizerunek organizacji i pracowników.
P6U_U	P6S_UW P6S_UO P6S_UU	E1_U06 Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się będąc świadomym dynamicznego rozwoju nauk, z wykorzystaniem zdobytej wiedzy ekonomicznej oraz praktycznych wniosków i doświadczeń specjalistycznych w samodzielnym realizowaniu zadań, a także prowadzeniu działalności gospodarczej i rozstrzyganiu dylematów pracy zawodowej.	Potrafi wykorzystać podstawową wiedzę teoretyczną i pozyskiwać wiarygodne dane do analizy wizerunku organizacji i jej pracowników na rynku.
P6U_U	P6S_UW P6S_UK P6S_UO	E1_U07 Potrafi współpracować z innymi osobami w ramach prac zespołowych lub jako lider; bierze udział w analizach i ocenach alternatywnych	Potrafi analizować i dokumentować symptomy, przyczyny i przebieg, a także skuteczność procesu kształtowania wizerunku. Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę z zakresu kreowania wizerunku organizacji i pracowników, implementując ją do własnych potrzeb i działań.



		rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać i optymalizować	Posiada umiejętność obserwacji, rozumienia, analizowania zjawisk związanych z aktywnym (intencjonalnym) i pasywnym kreowaniem wizerunku oraz dokumentowaniem skuteczności i efektywności tych działań.
<b>w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:</b>			
P6U_K	P6S_KK P6S_KR	E1_K01 Jest gotów do krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy; uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu.	Rozumie konieczność czerpania wiedzy z dostępnych publikacji naukowych oraz poszukiwania literatury specjalistycznej (branżowej), omawiającej bieżące trendy z zakresu kształtowania wizerunku - case study.  Analizując zadanie problemowe (case study) dotyczące kształtowania wizerunku potrafi aktywnie (na zasadach partnerskich) współpracować w zespole.
P6U_K	P6S_KR	E1_K03 Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów związanych z opracowywaniem, wdrażaniem, analizą i oceną procesów ekonomicznych w różnego rodzaju organizacjach oraz do zasięgania w tym zakresie opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym ich rozwiązaniem.	
P6U_K	P6S_KO P6S_KR	E1_K05 Rozumie problematykę etyczną w powiązaniu z realizowanymi zadaniami i działalnością gospodarczą, ma świadomość ważności działań profesjonalnych, zgodnych z zasadami etyki zawodowej i poszanowania różnorodności poglądów i kultur; dba o dorobek i	
			Prawidłowo identyfikuje i diagnozuje determinanty kształtowania wizerunku organizacji i pracowników na rynku. Potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić wiedzę oraz umiejętności z zakresu praktycznie realizowanych działań wizerunkowych podmiotów i pracowników na rynku.



		tradycję zawodu	Cechuje się wartościami osobistymi związanymi z kierowaniem się w życiu zawodowym etyką biznesu i społeczną odpowiedzialnością biznesu oraz poszanowaniem dla innych, co wyraża się w intencjonalnym kształtowaniu odpowiedniego, pozytywnego wizerunku.
P6U_K	P6S_KO P6S_KR	E1_K06 Potrafi myśleć w sposób przedsiębiorczy oraz umiejętnie komunikuje się z otoczeniem; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, nabywa odporność na niepowodzenia i stres.	

**Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (*WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, KOMPETENCJE SPOŁECZNE*)**

Efekty (symbol)	Egzamin pisemny	Egzamin ustny	Kolokwium	Esej/referat	Zadania, prace domowe	Prezentacja indywidualna	Prezentacja grupowa	Aktywność na zajęciach	Udział w dyskusji	Projekt indywidualny	Projekt grupowy
E1_W01, E1_W05, E1_W06, E1_W14			X					X		X	X
E1_U02, E1_U03, E1_U6...07			X					X		X	X
E1_K01, E1_K03...06			X			X	X	X		X	X

**Forma i warunki zaliczenia przedmiotu:** Zaliczenie ćwiczeń - realizacja projektu samodzielnego w oparciu o praktyczne zagadnienia, kolokwium 3 - 5 min. BUNA – praca semestralna – grupowy projekt wraz z omówieniem.

**Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów uczenia się w godzinach oraz punktach ECTS**

**Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim oraz BUNA**

Rodzaje zajęć	Ilość godzin
Udział w wykładach	
Udział w konwersatoriach	
Udział w ćwiczeniach	18
Udział w zajęciach laboratoryjnych	
Konsultacje ( 2 godz. na wykład, 1 godz. na jedną grupę ćw., konw., sem.)	
BUNA – forma zaliczenia w postaci udokumentowanej pracy semestralnej ocenianej przez prowadzącego	15
<b>Razem</b>	<b>33</b>
<b>Praca własna studenta dzielona na czas na (przykładowe formy pracy studenta)</b>	
Forma pracy studenta	Ilość godzin
Przygotowanie się do zajęć	
Napisanie referatu/projektu/eseju	57
Zebranie materiałów i przygotowanie prezentacji	
Samodzielna lektura	



Przygotowanie się do kolokwiiów/sprawdzianów	
Przygotowanie się do egzaminu pisemnego/ustnego z przedmiotu	
Przygotowanie się do zaliczenia pisemnego/ustnego z przedmiotu	
<b>Razem</b>	<b>57</b>
<b>Ogółem</b> (godziny kontaktowe oraz BUNA + praca własna studenta)	<b>90</b>
	<b>3 ECTS</b>
1.w tym liczba punktów ECTS za godziny kontaktowe z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego, w tym BUNA	<b>1 ECTS</b>
2.w tym liczba punktów ECTS za godziny realizowane w formie samodzielnej pracy	<b>2 ECTS</b>
<b>Zajęcia o profilu praktycznym</b>	
<b>Rodzaje zajęć</b>	<b>Ilość godzin</b>
Udział w ćwiczeniach	18
Przygotowanie się do zaliczenia praktycznego (przygotowanie projektu)	72
<b>Razem</b>	<b>90</b>
Liczba punktów ECTS za zajęcia o profilu praktycznym	<b>3 ECTS</b>
<b>Literatura podstawowa: (do 3 pozycji)</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mruk H., <i>Marketing. Satysfakcja klienta i rozwój przedsiębiorstwa</i>, WN PWN, Warszawa 2022 (druk).</li> <li>2. Szlis I., <i>Wizerunek – jak go zmierzyć i jak poprawić.</i>, Wyd. CeDeWu, Warszawa 2022.</li> </ol>	
<b>Wykaz literatury uzupełniającej:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wojcik K., <i>Public relations – wiarygodny dialog z otoczeniem</i>, Wolters Kluwer Polska S.A., Warszawa 2015.</li> <li>2. Kaczmarek-Śliwińska M., <i>Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji</i>, Wyd. Difin, Warszawa 2021.</li> </ol>	
<b>Akceptacja Prorektora ds. dydaktycznych</b>	