#### karta przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Komunikacja organizacji z otoczeniem |

1. Usytuowanie przedmiotu w systemie studiów

|  |  |
| --- | --- |
| 1.1. Kierunek studiów | Media i dziennikarstwo |
| 1.2. Forma i ścieżka studiów | Stacjonarne/Niestacjonarne |
| 1.3. Poziom kształcenia | Studia I stopnia |
| 1.4. Profil studiów | Praktyczny |
|  |  |
| 1.5. Specjalność | Public relations |
| 1.6. Koordynator przedmiotu | Dr Magda Parzyszek |

2. Ogólna charakterystyka przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| 2.1. Przynależność do grupy przedmiotu | Do wyboru |
| 2.2. Liczba ECTS | 2 |
| 2.3. Język wykładów | Polski |
| 2.4. Semestry, na których realizowany jest przedmiot | III |
| 2.5.Kryterium doboru uczestników zajęć | Dla specjalności: Public relations |

1. Efekty uczenia się i sposób prowadzenia zajęć
   1. Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| Lp. | Cele przedmiotu |
|
| C1 | Zapoznanie z wiedzą i nabycie umiejętności analizy elementów otoczenia organizacji. |
| C2 | Zapoznanie studentów z narzędziami komunikacji organizacji z otoczeniem. |
| C3 | Przedstawienie podstawowych pojęć związanych z budowaniem wizerunku i znaczenia wizerunku organizacji dla budowania jej relacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym. |
| C4 | Uświadomienie istoty strategii społecznej odpowiedzialności biznesu w budowaniu relacji z otoczeniem i poznanie jej podstawowych założeń. |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na wiedzę, umiejętności i kompetencje, wraz z odniesieniem do kierunkowych efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lp. | Opis przedmiotowych efektów  uczenia się | Odniesienie do  kierunkowych efektów  uczenia się (symbole) | Sposób realizacji (zaznaczyć „X”) | | | |
| ST | | NST | |
| Zajęcia na Uczelni | Zajęcia na  platformie | Zajęcia na Uczelni | Zajęcia na  platformie |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **wiedzy** zna i rozumie | | | | | | |
| W1 | Rozumie funkcje i zasady komunikacji organizacji z otoczeniem w kontekście współczesnych trendów i oczekiwań. | MID\_W04  MID\_W05  MID\_W18 | X |  |  | X |
| W2 | Zna narzędzia i metody komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w organizacji w odniesieniu do strategicznych odbiorców. | X |  |  | X |
| W3 | Rozumie znaczenie wizerunku w budowaniu pozytywnych relacji z otoczeniem i zna podstawowe pojęcia i elementy budowania wizerunku organizacji. | X |  |  | X |
| W4 | Zna podmioty i aktorów otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego w organizacjach w tym siły wpływające na makrootoczenie organizacji. | X |  |  | X |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **umiejętności** potrafi | | | | | | |
| U1 | Analizować aktorów społecznych i różne siły zewnętrzne występujące w otoczeniu organizacji. | MID\_U10  MID\_U18 | X |  |  | X |
| U2 | Analizować dobór metod komunikacji organizacji z otoczeniem z rozróżnieniem na narzędzia klasyczne i nowoczesne. | X |  |  | X |
| Po zaliczeniu przedmiotu student w zakresie **kompetencji społecznych** jest gotów do | | | | | | |
| K1 | Jest świadom wpływu efektywnej komunikacji zewnętrznej na wizerunek organizacji i wyniki jej działalności. | MID\_K07 | X |  |  | X |

3.3. Formy zajęć dydaktycznych i ich wymiar godzinowy - Studia stacjonarne (ST), Studia niestacjonarne (NST)

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Ścieżka | Wykład | Ćwiczenia | Projekt | Warsztat | Laboratorium | Seminarium | Lektorat | Zajęcia prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość w formie wykładu | Inne | **Punkty ECTS** |
| **ST** | 25 |  |  |  |  |  |  |  |  | 2 |
| **NST** |  |  |  |  |  |  |  | 15 |  | 2 |

3.4. Treści kształcenia (oddzielnie dla każdej formy zajęć: (W, ĆW, PROJ, WAR, LAB, LEK, INNE). Należy zaznaczyć (X), w jaki sposób będą realizowane dane treści (zajęcia na uczelni lub zajęcia na platformie e-learningowej prowadzone z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość)

RODZAJ ZAJĘĆ: WYKŁAD

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Lp. | Treść zajęć | Odniesienie do  przedmiotowych efektów  uczenia się | Sposób realizacji (zaznaczyć „X”) | | | |
| ST | | NST | |
| **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** | **Zajęcia na Uczelni** | **Zajęcia na  platformie** |
| 1. | Elementy i znaczenie otoczenia zewnętrznego i wewnętrznego organizacji. Strategiczni odbiorcy komunikacji firmy – teoria i analiza case study. | W1, W2, W4, U1, K1 | X |  |  | X |
| 2. | Poznanie metod analizy wpływu czynników zewnętrznych i wewnętrznych na funkcjonowanie organizacji – analiza SWOT i TOWS. | W4, U1, W2, K1 | X |  |  | X |
| 3. | Czynniki i trendy w budowaniu skutecznej komunikacji biznesowej w XXI wieku. | W1, K1 | X |  |  | X |
|  | Zasady budowania wizerunku i znaczenie wizerunku w tworzeniu pozytywnych relacji z otoczeniem – marka, tożsamość, reputacja, misja, wizja organizacji. | W1, W3 | X |  |  | X |
| 5. | Skuteczna komunikacja w środowisku biznesowym – B2B. | W1, U2, K1 | X |  |  | X |
| 6. | Klasyczne i nowoczesne narzędzia i metody komunikacji zewnętrznej z otoczeniem - teoria i dyskusja nad doborem narzędzi w zależności od specyfiki organizacji. | W2, U2, K1 | X |  |  | X |
| 7. | Istota i znaczenie strategii CSR w budowaniu relacji z otoczeniem – omówienie filarów, pojęcia i cele zrównoważonego rozwoju, analiza Agendy 2030 na rzecz zrównoważonego rozwoju, analiza case study. | W3, U2 | X |  |  | X |
| 8. | Podsumowanie zajęć i omówienie ocen |  | X |  |  | X |

3.5. Metody weryfikacji efektów uczenia się (wskazanie i opisanie metod prowadzenia zajęć oraz weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się, np. debata, case study, przygotowania i obrony projektu, złożona prezentacja multimedialna, rozwiązywanie zadań problemowych, symulacje sytuacji, wizyta studyjna, gry symulacyjne + opis danej metody):

Metody prowadzenia zajęć: wykład konwencjonalny i konwersacyjny, analiza case study, dyskusje

Metody weryfikacji efektów uczenia się: zaliczenie pisemne składające się z 5 pytań otwartych (każde pytanie po 4 pkt = 20 pkt). Zakres procentowy i punktacja dla każdej oceny:

* Ocena 3 (dostateczny): 51 – 60% 11 – 12 pkt
* Ocena 3,5 (dostateczny plus): 61 – 70% 13 – 14 pkt
* Ocena 4 (dobry): 71 – 80% 15 – 16 pkt
* Ocena 4,5 (dobry plus) 81 – 90% 17 – 18 pkt
* Ocena 5 (bardzo dobry): 91 – 100% 19 – 20 pkt

Zaliczenie pisemne obejmuje poniższe zagadnienia:

* Funkcje i zasady komunikacji organizacji z otoczeniem (definicja i znaczenie komunikacji organizacji z otoczeniem., kluczowe zasady skutecznej komunikacji organizacyjnej, wpływ współczesnych trendów na komunikację organizacyjną)
* Narzędzia i metody komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej
* Budowanie wizerunku organizacji (elementy budowania wizerunku, znaczenie wizerunku organizacji dla relacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym)
* Strategia społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR) (definicja i podstawowe założenia CSR, rola strategii CSR w budowaniu relacji z otoczeniem)
* Aktorzy i siły otoczenia organizacji (podmioty i aktorzy otoczenia wewnętrznego i zewnętrznego, analiza makrootoczenia organizacji: polityczne, ekonomiczne, społeczne, technologiczne, ekologiczne i prawne siły wpływające na organizację (analiza PESTEL))
* Analiza komunikacji organizacji z otoczeniem (analiza aktorów społecznych w otoczeniu organizacji, dobór metod komunikacji w zależności od odbiorców, przykłady skutecznej i nieskutecznej komunikacji organizacji z otoczeniem)
* Wpływ komunikacji zewnętrznej na wizerunek organizacji
* Praktyczne aspekty komunikacji organizacji z otoczeniem (case studies: analiza sukcesów i porażek w komunikacji organizacji z otoczeniem, strategie zarządzania kryzysowego w komunikacji organizacyjnej, rola rzecznika prasowego w komunikacji z otoczeniem).

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Efekty przedmiotowe | Metody dydaktyczne | Metody weryfikacji efektów uczenia się | Sposoby dokumentacji |
| WIEDZA | | | |
| W1-W5 | Wykład konwencjonalny i konwersacyjny | Zaliczenie pisemne (opis powyżej). | Oceniona praca zalicze-niowa. |
| UMIEJĘTNOŚCI | | | |
| U1-U2 | Wykład konwersacyjny, analiza case study | Zaliczenie pisemne (opis powyżej). | Oceniona praca zaliczeniowa. |
| KOMPETENCJE SPOŁECZNE | | | |
| K1-K2 | Wykład konwersacyjny, dyskusja | Zaliczenie pisemne (opis powyżej). | Oceniona praca zaliczeniowa. |

3.6. Kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt uczenia się | Na ocenę 3 lub „zal.”  student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do | Na ocenę 3,5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do | Na ocenę 4 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do | Na ocenę 4,5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do | Na ocenę 5 student zna i rozumie/potrafi/jest gotów do |
| W | 51-60% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 61-70% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 71-80% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 81-90% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się | 91-100% wiedzy wskazanej w efektach uczenia się |
| U | 51-60% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 61-70% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 71-80% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 81-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |
| K | 51-60% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 61-70% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 71-80% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 81-90% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się | 91-100% umiejętności wskazanych w efektach uczenia się |

3.7. Zalecana literatura

**Podstawowa**

* M. Jaworowicz, P. Jaworowicz, *Skuteczna komunikacja w nowoczesnej organizacji*, Wyd. Difin 2017.
* Komunikowanie się w organizacji Magdalena Zalewska-Turzyńska. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 2012.
* E. Witek, Komunikacja wizerunkowa: nowoczesne narzędzia, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2015

**Uzupełniająca**

* Potocki A., Komunikowanie w organizacjach gospodarczych, Difin, Warszawa. 2011
* Społeczna odpowiedzialność biznesu: krytyczna analiza / pod red. M. Bernatta, J. Bogdanienki, T. Skocznego. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego,

4. Nakład pracy studenta - bilans punktów ECTS

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Rodzaje aktywności studenta** | **Obciążenie studenta** | |
| **ST** | **NST** |
| **Zajęcia wymagające bezpośredniego kontaktu studenta z nauczycielem akademickim w siedzibie uczelni** | **25** | **15** |
| Zajęcia przewidziane planem studiów | 25 | 15 |
| Konsultacje dydaktyczne (min. 10% godz. przewidzianych na każdą formę zajęć) | 3 | 2 |
| **Praca własna studenta** | **25** | **35** |
| Przygotowanie bieżące do zajęć, przygotowanie prac projektowych/prezentacji/itp. | 10 | 15 |
| Przygotowanie do zaliczenia zajęć | 15 | 20 |
| **SUMARYCZNE OBCIĄŻENIE GODZINOWE STUDENTA** | **50** | **50** |
| **Liczba punktów ECTS** | **2** | **2** |

|  |  |
| --- | --- |
| Data ostatniej zmiany | 23.08.2024 |
| Zmiany wprowadził | Zespół ds. Jakości Kształcenia MiD |
| Zmiany zatwierdził | Dr Ewa Miszczak, prof. WSPA |