

Karta opisu zajęć - Sylabus			
Państwowa Akademia Nauk Stosowanych im. ks. Bronisława Markiewicza w Jarosławiu			
I. INFORMACJE PODSTAWOWE			
Nazwa zajęć: ZARZĄDZANIE WIZERUNKIEM I REPUTACJĄ ORGANIZACJI		Cykl kształcenia rozpoczynający się w roku akademickim 2024/2025	
Nazwa kierunku studiów, poziom i profil kształcenia: Zarządzanie, II stopień, profil praktyczny			
Język wykładowy: polski		Rodzaj zajęć: zajęcia specjalistyczne do wyboru A - grupa zajęć I	
Rok studiów: II		Semestr: IV	
Liczba punktów ECTS przypisana zajęciom: 3		Koordynator zajęć Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail: Andrzej Olak, dr Andrzej.olak@pansjar.edu.pl	
Jednostka organizacyjna: Wydział Ekonomii i Zarządzania			
FORMA PROWADZENIA ZAJĘĆ I LICZBA GODZIN			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
Studia stacjonarne		Studia niestacjonarne	
Wykład:	15	Wykład:	
Ćwiczenia:	15	Ćwiczenia:	
Laboratorium:		Laboratorium:	
Lektorat:		Lektorat:	
Projekt:		Projekt:	
Zajęcia praktyczne:		Zajęcia praktyczne:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki zawodowe:		Praktyki zawodowe:	
Inna forma (jaka): zajęcia projektowe		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	30	RAZEM:	
II. INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE			
Wymagania wstępne i dodatkowe: Student posiada wiedzę z zakresu zarządzania organizacją oraz marketingu.			
Cel (cele) kształcenia dla zajęć: Poznanie narzędzi i metod służących kształtowaniu wizerunku organizacji, a także wykształcenie umiejętności dotyczących kreowania wizerunku i reputacji określonej instytucji czy przedsiębiorstwa.			
EFEKTY UCZENIA SIĘ OKREŚLONE DLA ZAJĘĆ I ICH ODNIESIENIE DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OKREŚLONYCH DLA KIERUNKU STUDIÓW			
Efekty uczenia się określone dla zajęć w kategorii wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne oraz metody weryfikacji efektów uczenia się			
UWAGA: Dzielimy efekty uczenia się określone dla zajęć na kategorie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych. Określone dla zajęć efekty uczenia się nie muszą obejmować wszystkich trzech kategorii i zależą one od formy zajęć.			

Symbol efektów uczenia się określonego dla zajęć*	Treść efektu uczenia się. Po zakończeniu zajęć i potwierdzeniu osiągnięcia efektów uczenia się, student w kategorii:	Odniesienie do efektów uczenia się określonych dla kierunku studiów (symbol efektów uczenia się)		
Wiedzy - zna i rozumie				
ZWiR_W_01	definiuje markę i wizerunek obiektu rynkowego, zna ich funkcje oraz marketingowe podejście do ich budowania	K_W06, K_W08		
Umiejętności - potrafi				
ZWiR_U_01	zaprojektować działania dla potrzeb budowania marki i wizerunku produktu i/lub organizacji (kto powinien się tym zająć, jakie narzędzia i procedury trzeba zastosować, w jakim czasie i za ile oraz jak zmierzyć rezultaty)	K_U02, K_U03, K_U06		
ZWiR_U_02	identyfikować instrumenty budowania marki i wizerunku obiektu rynkowego, potrafi krytycznie je przeanalizować i wskazać propozycje ich usprawnień	K_U03, K_U06,		
Kompetencji społecznych - jest gotów do				
ZWiR_K_01	krytycznej oceny posiadanej wiedzy i umiejętności oraz ich doskonalenia w zakresie zagadnień dotyczących zarządzania wizerunkiem i reputacją organizacji	K_K06		
UWAGA! Zaleca się, aby w zależności od liczby godzin zajęć, liczba efektów uczenia się zawierała się w przedziale: 3-7, ale są to wartości umowne.				
TREŚCI PROGRAMOWE I ICH ODNIESIENIE DO FORM ZAJĘĆ I METOD OCENIANIA				
Treści programowe (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, tj. wykład, ćwiczenia, laboratoria, projekty, seminaria i inne):				
Symbol treści programowych	Opis treści programowych	Forma zajęć	Metody dydaktyczne prowadzenia zajęć umożliwiające osiągnięcie założonych efektów uczenia się *	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się przypisanych do zajęć #
		wykład		
TP-01	Istota kreowania wizerunku i reputacji organizacji.		wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin pisemny
TP-02	Wizerunek, tożsamość a osobowość organizacji (zależności, powiązania i różnice).		wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin pisemny
TP-03	Marka organizacji a kreowanie wizerunku i reputacji. Siła marki i jej wpływ postrzeganie organizacji w otoczeniu.		wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin pisemny
TP-04	Kreowanie wizerunku i reputacji organizacji w Polsce i na świecie – trendy rynkowe.		wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin pisemny
TP-05	Jednostka w strukturze organizacji odpowiedzialna za kreowanie wizerunku i reputacji firmy.		wykład podający z prezentacją multimedialną	egzamin pisemny
		ćwiczenia		

TP-06	Public Relations w kreowaniu wizerunku, strategia wizerunku organizacji, grupy odniesienia działań PR, PR i ich oddziaływanie na pokrewne obszary komunikacji marketingowej.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-07	Metody kreowania wizerunku i reputacji organizacji - tradycyjne, nowoczesne.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-08	Narzędzia komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej; narzędzia wspomagające; budowanie wizerunku: list, notatka dla prasy, konferencje, spotkania, raporty, newsletter, targi, wystawy, itp.) Nowoczesne narzędzia kreowania wizerunku organizacji.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-09	Oddziaływanie nowych trendów w marketingu na kreowanie wizerunku firmy. E- wizerunek oraz rola internetu w jego kształtowaniu wizerunku i reputacji.		case study, praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna	analiza i ocena case study, aktywność w dyskusji, ocena ćwiczeń, kolokwium
TP-10	Budowanie strategii promocji i kształtowanie wizerunku wybranego przedsiębiorstwa, organizacji lub jednostki samorządowej (również na przykładzie Euroregionu Karpackiego).		praca z różnymi źródłami wiedzy, praca w grupach i indywidualna, zadanie projektowe	aktywność, ocena zadania projektowego

Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć, powinny być zróżnicowane w zależności od kategorii, tj. inne dla kategorii wiedza i inne dla kategorii umiejętności i kompetencje społeczne.

Dla wykładu:

* np. wykład podający, wykład problemowy, ćwiczenia oparte na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy

np. egzamin ustny, test, prezentacja, projekt

Zaleca się podanie przykładowych zadań (pytań) służących weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się określonych dla zajęć.

ZALECANA LITERATURA (w tym pozycje w języku obcym)

Literatura podstawowa (powinna być dostępna dla studenta w uczelnianej bibliotece):

1. Budzyński W., Public Relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość, Wydawnictwo Poltext Sp z o.o., Warszawa 2019.
2. A. Szromnik, Marketing terytorialny. Nowe obszary i narzędzia, Wyd. Edu-Libri 2023
3. Keller K. L., Strategiczne zarządzanie marką. Kapitał marki - budowanie, mierzenie i zarządzanie, Wydawnictwo Nieoczywiste, 2016.

Literatura uzupełniająca:

1. Figiel A., Reputacja w zarządzaniu przedsiębiorstwem. Ujęcie marketingowe, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Kraków 2013.
2. Pringle H., Gordon W., Zarządzanie marką. Jak wypromować rozpoznawalną markę, Dom Wydawniczy Rebis, Poznań 2006.
3. Strategia edukacji turystycznej marki Carpathia, Synergia, Lublin 2023,
4. Pomiędzy Fiordami a Karpatami – Platforma wymiany doświadczeń z zakresu edukacji turystycznej, Raport z analizy sytuacji wyjściowej (opracowanie zbiorowe), Fundacja Rozwoju Systemu Edukacji (frse), Iceland, Liechtenstein, Narway grants, PWSTE w Jarosławiu, Euroregion Karpacki Polska, 2023 r.

III. INFORMACJE DODATKOWE**BILANS PUNKTÓW ECTS****OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (godziny)**

Forma aktywności	Liczba godzin *
Godziny zajęć (według harmonogramu) z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	30
Praca własna studenta	40
SUMA GODZIN:	75

OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA (punkty ECTS)

		Liczba punktów ECTS	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS PRZYPISANYCH DO ZAJĘĆ	Praca studenta wymagająca bezpośredniego kontaktu z nauczycielem akademickim lub inną osobą prowadzącą zajęcia	Ogółem: 3	1,2
	Praca własna studenta		1,8

* godziny lekcyjne, czyli 1 godz. oznacza 45 min;

OPIS PRACY WŁASNEJ STUDENTA:

Praca własna studenta musi być precyzyjnie opisana, uwzględniając charakter praktyczny zajęć. Należy podać symbol efektu uczenia się, którego praca własna dotyczy oraz metody weryfikacji efektów uczenia się stosowane w ramach pracy własnej. Przykładowe formy aktywności: (1) przygotowanie do zajęć, (2) opracowanie wyników, (3) czytanie wskazanej literatury, (4) napisanie raportu z zajęć, (5) przygotowanie do egzaminu, opracowanie projektu.

ZWiR_W_01 - przygotowanie do egzaminu pisemnego z wykładów.

ZWiR_U_01, ZWiR_U_02, ZWiR_K_01- przygotowanie do ćwiczeń, case study oraz do kolokwim.

KRYTERIA OCENIANIA

Ocena kształtująca:

Ocena oparta na analizie wiedzy nabytej w czasie realizacji zajęć po przez zaliczenie kolokwium pisemnego, zaprezentowanie własnej osoby podczas prezentacji zadania projektowego, aktywność na zajęciach, kreatywność, pomysłowość, otwartość w określonym obszarze tematycznym.

Ocena podsumowująca:

wykład – pisemny egzamin

ćwiczenia – sprawdzenie poprawności wykonania zadań (ocena studium przypadku, analiza i ocena ćwiczeń, ocena kolokwium, ocena zadania projektowego).

Ocena bardzo dobra (5.0): student w pełni wykonał swoje zadania, wykazał się wysoką aktywnością i zaangażowaniem podczas zajęć.

Ocena plus dobra (4.5): student w pełni wykonał swoje zadania, wykazał się dość wysokim zaangażowaniem podczas zajęć

Ocena dobra (4.0): student dość dobrze wykonał swoje zadania, wykazał się przeciętną aktywnością i zaangażowaniem podczas zajęć

Ocena plus dostateczna (3.5): student przeciętnie wykonał swoje zadania, wykazał się przeciętną aktywnością i zaangażowaniem podczas zajęć

Ocena dostateczna (3.0): student przeciętnie wykonał swoje zadania, nie wykazał się zbyt dużą aktywnością i zaangażowaniem podczas zajęć

Ocena niedostateczna (2.0): student nie wykonał swoich zadań.

INFORMACJA O PRZEWIDYWANEJ MOŻLIWOŚCI WYKORZYSTANIA KSZTAŁCENIA NA ODLEGŁOŚĆ

Zajęcia są przygotowywane do kształcenia na odległość

dr Andrzej Olak

(data, podpis Koordynatora
odpowiedzialnego za zajęcia)

.....
(data, podpis Kierownika Zakładu/

Kierownika Jednostki Międzyinstytutowej)

Uwaga:

Karta opisu zajęć (sylabus) musi być dostępna dla studenta.