



**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: 3		
Prowadzący: <b>zgodnie z obsadą i planem zajęć</b>						
Rok: 3	Wykłady	Konwersatoria	Ćwiczenia laboratoryjne	Ćwiczenia	BUNA *	Forma zaliczenia*
Semestr: 6	0	0	0	15	15	ZO
* E – egzamin; Z – zaliczenie; ZO – zaliczenie z oceną, BUNA – bez udziału nauczyciela akademickiego						
<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; BUNA projekt wspomagany obserwacją.						
<b>Wymagania wstępne:</b> wiedza z zakresu podstaw zarządzania organizacją, gospodarowania kapitałem ludzkim oraz marketingu.						
N r	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	BUNA: 1. Skuteczności działań wizerunkowych na przykładzie wybranych organizacji 2. Finansowanie działań wizerunkowych a ich efektywność dla analizowanych podmiotów na rynku					
Efekty UCZENIA SIĘ						
Efekty kierunkowe – symbol i wyszczególnienie				Efekty przedmiotowe – wyszczególnienie		
w zakresie <u>WIEDZY</u> :				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		
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.	doboru odpowiednich działań PR w procesach zmiany, podtrzymywania lub obrony wizerunku organizacji.
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).
<b>w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:</b>			
		E1_U02 Potrafi	



P6U_U	P6S_UW	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 rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać i optymalizować	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.
<b>w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:</b>			
		E1_K01 Jest gotów do	Rozumie konieczność czerpania wiedzy z dostępnych



P6U_K	P6S_KK P6S_KR	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.	publikacji naukowych oraz poszukiwania literatury specjalistycznej (branżowej), omawiającej bieżące trendy z zakresu kształtowania wizerunku - case study.
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.	Analizując zadanie problemowe (case study) dotyczące kształtowania wizerunku potrafi aktywnie (na zasadach partnerskich) współpracować w zespole.
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 tradycję zawodu	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.
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.	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.

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

Efekty(symbol)	Egzamin	Egzamin	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	

