

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
Nazwa przedmiotu Menedżer w kontaktach z mediami										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Instytut Zarządzania i Nauk Technicznych						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				ZARZĄDZANIE — II stopnia						
Profil kształcenia:				Profil ogólnoakademicki						
Nazwa specjalności:				-						
Rodzaj modułu kształcenia:				Do wyboru						
Rok / Semestr:				Rok I semestr 1						
Osoba koordynująca przedmiot:				dr Julia NOWICKA						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				Posiadanie podstawowej wiedzy z zakresu komunikacji społecznej						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne										
Studia niestacjonarne		24				62		4	2	72
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Ćwiczenia			Eksponujące, problemowe, praktyczne, aktywizujące i podające							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się							Odniesienie do efektu kierunkowego		
Wiedza:										
1	Absolwent zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu							ZO2_W09, P7S_WK		
2	Absolwent zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji							ZO2_W27, P7S_WK		
3	Absolwent zna i rozumie w zakresie rozszerzonym zagadnienia przywództwa oraz kluczowych kompetencji menedżerów, pełnionych funkcji, ról, zadań, wpływu na innowacyjność organizacji oraz kreowanie kapitału ludzkiego							ZO2_W32, P7S_WK		
Umiejętności:										
1	Absolwent studiów drugiego stopnia potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać							ZO2_U04, P7S_UK, P7S_UO		
2	Absolwent studiów drugiego stopnia potrafi samodzielnie przygotowywać prace i wystąpienia publiczne							ZO2_U12, P7S_UK		
3	Absolwent studiów drugiego stopnia potrafi stosować koncepcje i instrumenty marketingu							ZO2_U20, P7S_UW		
Kompetencje społeczne:										
1	Absolwent drugiego stopnia jest gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych							ZO2_K03, P7S_KO		

2	Absolwent drugiego stopnia jest gotów do asertywnego przekazywania i obrony własnych poglądów nie tylko w sprawach zawodowych	ZO2_K15, P7S_KK
3	Absolwent drugiego stopnia jest gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	ZO2_K10 , P7S_KR
V. TREŚCI UCZENIA SIĘ		
Lp. Treść ćwiczeń	Ćwiczenia:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się
1	Rodzaje komunikacji społecznej (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_W32,ZO2_U20 P7S_UW, P7S_WK
2	Tworzenie notatki prasowej — istota i zasady (SN 2h)	ZO2_W27,ZO2_U1, ZO2_U20, ZO2_K15 P7S_KK, ZO2_K10 P7S_KR, P7S_UW P7S_UK, P7S_WK
3	Udział poszczególnych mediów w rynku (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_U20, ZO2_K03, P7S_KO, P7S_UW, P7S_WK
4	Nowe media, Książka i prasa w dobie nowych mediów (SN 2h)	ZO2_W27, ZO2_W32, ZO2_K03, ZO2_K15, ZO2_K10 , P7S_KR, P7S_KK, P7S_KO ZO2_U04, P7S_UK, P7S_UO, P7S_WK
5	Briefing prasowy, konferencja — istota, organizacja, przykłady (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_U04, ZO2_K10 , P7S_KR ZO2_U12, ZO2_K15 P7S_KK, ZO2_K15 P7S_UK, P7S_UO P7S_WK
6	Najciekawsze wypadki medialne (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_U20, ZO2_K03, P7S_KO, ZO2_K10 , P7S_KR P7S_UW, P7S_WK
7	Komunikat „JA” istota, zastosowanie, użycie w sytuacji konfliktowej (SN 2h)	ZO2_W32, , ZO2_U12, ZO2_K15, P7S_KK, ZO2_K15, P7S_UK P7S_WK
8	Sprostowanie — zasady, przykłady, reguły (SN 2h)	ZO2_W27, ZO2_U12, ZO2_K15, ZO2_K10 P7S_KR , P7S_KK P7S_UK, P7S_WK
9	Mehrabian i co dalej? Inne ujęcia badawcze komunikacji (SN 2h)	ZO2_W27, ZO2_K03, ZO2_K15, 7S_KK P7S_KO, P7S_WK
10	Techniki zabiegów manipulacji dziennikarskiej (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_U12, ZO2_U20 P7S_UW, ZO2_K10 P7S_KR, P7S_UK ZO2_W32, P7S_WK

11	Prawo prasowe (SN 2h)	ZO2_W27, ZO2_W32, ZO2_K03, ZO2_K15 P7S_KK, P7S_KO P7S_WK		
12	Typy gatunków medialnych. Format medialny (SN 2h)	ZO2_W09, ZO2_U20 P7S_UW, ZO2_K10 P7S_KR ZO2_W32 P7S_WK		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EU		
Wiedza:				
ZO2_W09 ZO2_W27 ZO2_W32	Obecność na zajęciach, aktywność na zajęciach przy rozwiązywaniu zadań problemowych. <i>Warunki zaliczenia:</i> test (20 pytań, za każde pytanie można otrzymać max. 2 punkty)	Ćwiczenia, projekt (konsultacje)		
Umiejętności:				
ZO2_U04 ZO2_U12 ZO2_U20	Przygotowanie oraz wygłoszenie referatu i prezentacji, obecność na zajęciach, aktywność na zajęciach przy rozwiązywaniu zadań problemowych	Ćwiczenia, projekt, wykład konwersatoryjny (konsultacje)		
Kompetencje społeczne:				
ZO2_K03 ZO2_K15 ZO2_K10	Przygotowanie oraz wygłoszenie referatu i prezentacji, obecność na zajęciach, aktywność na zajęciach przy rozwiązywaniu zadań problemowych	Ćwiczenia, wykład konwersatoryjny, projekt (konsultacje)		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
ZO2_W09 ZO2_U20 ZO2_K10	Student nie zna i nie rozumie złożoności procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu. Student nie potrafi stosować koncepcji i instrumentów marketingu. Student nie jest gotów do kultywowania i upowszechniania wzorów właściwego postępowania w środowisku pracy i poza nim. Nie jest gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych	Student na podstawowym poziomie zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu. Student w podstawowym wymiarze potrafi stosować koncepcje i instrumenty marketingu. Student jest w przeciętnym stopniu gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych.	Student dobrze zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu Student w satysfakcjonującym wymiarze potrafi stosować koncepcje i instrumenty marketingu. Student jest gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych. Podczas realizacji zadań praktycznych dominuje podejście zaangażowania.	Student bardzo dobrze określa, zna i rozumie złożoność procesów i zjawisk zachodzących w organizacjach i ich otoczeniu. Student w bardzo wysokim stopniu potrafi stosować koncepcje i instrumenty marketingu. Student jest w bardzo wysokim stopniu gotów do postępowania etycznego w ramach wyznaczonych ról organizacyjnych i społecznych. Realizacja przez niego zadań praktycznych odbywa się na poziomie wyróżniającym i w

		Dominuje generalizacja poglądów i ocen oraz niski poziom refleksyjności, co sprzyja pojawieniu się szumów komunikacyjnych, obniżających wartość merytoryczną i estetyczną wypowiedzi. Podczas realizacji zadań praktycznych dominuje podejście bierne uczestniczące.		pełni zadowalającym w zakresie ilości i jakości.
ZO2_W27 ZO2_U04 ZO2_K15	Student nie zna i nie rozumie istoty i znaczenia komunikowania się i negocjacji. Student nie potrafi organizować pracy zespołowej i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać.	Student w stopniu przeciętnym zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji. Student przejawia słabą aktywność na zajęciach, jego sformułowania mają charakter niesamodzielny i mało twórczy. Potrafi w podstawowym stopniu organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać.	Student w stopniu zadowalającym zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji. Student prezentuje zaangażowaną postawę na zajęciach, jego sformułowania, choć nie pozbawione drobnych nieścisłości merytorycznych, mają charakter kompensacyjny. Podczas realizacji zadań praktycznych dominuje podejście znacznego zaangażowania. Student potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać. Jest gotów do asertywnego przekazywania i obrony własnych poglądów nie tylko w sprawach zawodowych.	Student bardzo dobrze zna i rozumie istotę i znaczenie komunikowania się i negocjacji. Student prezentuje bardzo zaangażowaną i twórczą postawę na zajęciach, zarówno w wymiarze merytorycznym, strukturalnym, językowym. Realizacja przez niego zadań praktycznych odbywa się na poziomie wyróżniającym i w pełni zadowalającym w zakresie ilości i jakości. Student potrafi organizować pracę zespołową i kierować zespołami oraz skutecznie komunikować się, negocjować i przekonywać. Jest w pełni gotów do asertywnego przekazywania i obrony własnych poglądów nie tylko w sprawach zawodowych
ZO2_W32 ZO2_U12 ZO2_K03	Student nie zna i nie rozumie w zakresie rozszerzonym zagadnienia przywództwa oraz kluczowych kompetencji menedżerów, pełnionych funkcji, ról, zadań, wpływu na innowacyjność organizacji oraz kreowanie kapitału ludzkiego. Student nie jest dostatecznie gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i	Student w podstawowym wymiarze zna i rozumie w zakresie rozszerzonym zagadnienia przywództwa oraz kluczowych kompetencji menedżerów, pełnionych funkcji, ról, zadań, wpływu na	Student sprawnie określa i rozumie w zakresie rozszerzonym zagadnienia przywództwa oraz kluczowych kompetencji menedżerów, pełnionych funkcji, ról, zadań, wpływu na innowacyjność organizacji oraz	Student biegle, szybko i trafnie określa i rozumie w zakresie rozszerzonym zagadnienia przywództwa oraz kluczowych kompetencji menedżerów, pełnionych funkcji, ról, zadań, wpływu na innowacyjność

	światopoglądowych.	innowacyjność organizacji oraz kreowanie kapitału ludzkiego. Student potrafi samodzielnie przygotowywać prace i wystąpienia publiczne. Jest w stopniu podstawowym gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych.	kreowanie kapitału ludzkiego. W stopniu wystarczającym potrafi samodzielnie przygotowywać prace i wystąpienia publiczne. Jest gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych.	organizacji oraz kreowanie kapitału ludzkiego. Student potrafi samodzielnie przygotowywać prace i wystąpienia publiczne na imponującym poziomie. Jest w pełni gotów do formułowania sądów w ważnych sprawach społecznych i światopoglądowych. Realizacja przez niego zadań praktycznych odbywa się na poziomie wyróżniającym i w pełni zadowalającym w zakresie ilości i jakości.
--	--------------------	---	---	---

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II		24
Egzamin/zaliczenie		2
Udział w konsultacjach (zaliczenie projektu)		4
Projekt / esej		62
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		48
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych		8
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS		150h / 6 pkt ECTS
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem		28
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

- Nowicka J., *Kompetencje komunikacyjne kadry kierowniczej w organizacjach zhierarchizowanych*, Wydawnictwo WSM, Warszawa 2017, ss. 279.
- Goban-Klas T., *Media i komunikowanie masowe. Teorie i analizy prasy, radia, telewizji i Internetu*, Warszawa 2005.

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

- Godzic W., Kozieł A., Szyłko-Kwas J., *Wstęp*. [w:] Tychże, red.: *Gatunki i formaty we współczesnych mediach*, Warszawa 2015, s. 9–11.
- Bauer Z., *Gatunki dziennikarskie*. [w:] Bauer Z., Chudziński E., red.: *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2008, s. 255–280.

- Fras J., *Podstawy identyfikacji i typologii wypowiedzi w mediach masowych*, [w:] Kulczycki E., Wendland M., red., *Komunikologia. Teoria i praktyka komunikacji*, Poznań 2012, s. 13–29.
- Ślawska M., *O relacjach międzygatunkowych w prasie*. [w:] Mitrenga B., red.: *Linguarum*, Katowice 2013.
- Ciekankowski Z., Nowicka J., *Przemówienia publiczne kadry kierowniczej wojsk lądowych jako element bezpieczeństwa kulturowego* [w:] „Nowoczesne systemy zarządzania”, Zeszyt 12(2017), WAT, Warszawa, s. 83-93.
- Ciekankowski Z., Nowicka J., Szymański Z., Załoga W., *Kompetencje społeczne w karierze zawodowej pracowników* [w:] PRZEDSIĘBIORCZOŚĆ I ZARZĄDZANIE 2018, Wydawnictwo SAN, ISSN 2543-8190, Tom XIX, Zeszyt **11**, Część III, s. 37-51.
- Szmidt K., *Trening kreatywności. Podręcznik dla pedagogów, psychologów i trenerów grupowych*, Helion, Gliwice 2013.
<https://pdf.helion.pl/trekr2/trekr2.pdf>

Inne materiały dydaktyczne:

- broszury organizacji z różnych sektorów, z zakresu employer brandingu zewnętrznego i wewnętrznego