

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE

PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH

Kierunek studiów:		Bezpieczeństwo wewnętrzne				
Poziom studiów:		studia drugiego stopnia				
Profil studiów:		praktyczny				
Forma studiów:		stacjonarne/niestacjonarne				
Nazwa modułu:		Media w zarządzaniu kryzysowym				
Rodzaj modułu:		obowiązkowy				
Język wykładowy:		język polski				
Rok studiów:	II	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	4	Wykład	Ćwiczenia	Warsztaty	Seminarium	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS ogółem:	3	16/8	-	22/10	-	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę.				
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza z zakresu komunikowania społecznego.				

II. CELE KSZTAŁCENIA

Cele kształcenia:

- Cel 1:** Zapoznanie ze specyfiką funkcjonowania mediów oraz zasadami i formami współpracy z mediami.
Cel 2: Przygotowanie studentów do organizacji podstawowych przedsięwzięć medialnych podczas sytuacji kryzysowych.
Cel 3: Nabycie przez studenta praktycznych umiejętności z zakresu współpracy z dziennikarzami w sytuacjach kryzysowych.

III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW

Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:	Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji
wiedzy:			
W01	zna i rozumie istotę zarządzania kryzysowego; ma wiedzę na temat specyfiki funkcjonowania mediów, zna zasady i formy współpracy z mediami w sytuacjach kryzysowych	K_W06	udział w dyskusji, ustny sprawdzian wiedzy
umiejętności:			
U01	potrafi budować właściwe relacje z mediami i prowadzić efektywną komunikację w sytuacji kryzysowej; potrafi przygotować informacje dla mediów oraz udzielać wywiadów dziennikarzom	K_U08 K_U11	aktywność na zajęciach, ocena realizacji zadań w ramach warsztatów, przygotowanie oświadczenia/komunikatu prasowego
U02	potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do skutecznego porozumiewania się w zarządzaniu kryzysowym; posiada umiejętność organizacji konferencji prasowej lub innego wydarzenia medialnego	K_U09	aktywność na zajęciach, przygotowanie scenariusza konferencji prasowej
kompetencji społecznych:			

K01	jest gotów do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego; rozumie potrzebę współpracy z mediami w sytuacjach kryzysowych	K_K04	obserwacja postaw studenta
IV. TREŚCI PROGRAMOWE			
Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)			
Wykłady:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
W1	Kryzys i sytuacja kryzysowa. Pojęcie i istota zarządzania kryzysowego.	2/1	
W2-W3	Media w systemie zarządzania kryzysowego. Rodzaje i charakterystyka mediów. Funkcje mediów w zarządzaniu kryzysowym. Zadania mediów w poszczególnych fazach zarządzania kryzysowego.	4/2	
W4	Rola mediów społecznościowych w zarządzaniu kryzysowym.	2/1	
W5	Prawne i etyczne aspekty działalności mediów w sytuacji kryzysowej.	2/1	
W6	Relacje mediów z administracją publiczną w zarządzaniu kryzysowym.	2/1	
W7	Rzecznik prasowy i jego rola w sytuacji kryzysowej.	2/1	
W8	Podstawowe błędy w kontaktach z mediami. Sposoby reagowania na publikacje niezetelnych lub nieprawdziwych informacji.	2/1	
Warsztaty:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
WT1	Relacje z mediami. Nawiązywanie i utrzymywanie kontaktów z dziennikarzami i redakcjami.	2/1	
WT2	Zasady współpracy z mediami w sytuacji kryzysowej. Formy współpracy z dziennikarzami.	2/1	
WT3-WT4	Materiały prasowe stosowane w sytuacji kryzysowej. Struktura komunikatu prasowego. Przygotowanie informacji/komunikatów dla mediów - ćwiczenia praktyczne.	4/2	
WT5-WT6	Podstawowe zasady występowania w mediach. Udzielanie wywiadów. Rozmowa z dziennikarzem. Przygotowanie do wystąpień przed kamerą mikrofonem.	4/2	
WT7-WT8	Konferencja prasowa w sytuacji kryzysowej. Rodzaje konferencji prasowych. Organizacja i prowadzenie konferencji prasowej.	4/2	
WT9-WT10	Przygotowanie harmonogramu organizacji konferencji prasowej - ćwiczenia praktyczne.	3/1	
WT11	Sposoby wykorzystania mediów społecznościowych do komunikacji ze społeczeństwem w zarządzaniu kryzysowym.	3/1	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			
1. Metody kształcenia:wykład konwersatoryjny, studium przypadku, dyskusja, prezentacja, ćwiczenia praktyczne. 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne:rzutnik multimedialny, prezentacje multimedialne, Internet.			
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU			

Forma zaliczenia przedmiotu. Zaliczenie na ocenę.

Kryteria oceny formującej:

1. Ustny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny:

- **3,0 (dostateczny)** – wypowiedzi niesamodzielne, odtwórcze, zakłócenia w kompozycji i spójności,
- **3,5 (dostateczny plus)** – powierzchowne odpowiedzi na pytania, dopuszczalne nieliczne błędy rzeczowe,
- **4,0 (dobry)** – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami merytorycznymi, strukturalnymi i językowymi,
- **4,5 (dobry plus)** – odpowiedzi na pytania z dopuszczalnymi niewielkimi błędami strukturalnymi i językowymi,
- **5,0 (bardzo dobry)** – pełna i bezbłędna odpowiedź na pytania z wykorzystaniem trzech kryteriów: kryterium merytorycznego, strukturalnego i językowego.

2. Przygotowanie scenariusza konferencji prasowej, oświadczenia/komunikatu prasowego.

3. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- realizacji zadań przygotowanych w ramach warsztatów,
- aktywności w trakcie zajęć,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji.

Kryteria oceny podsumowującej:

- średnia ocen formujących.

Ocena podsumowująca:

- średnia ocen z warsztatów i wykładów.

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	38/18
Udział w wykładach	16/8
Udział w warsztatach	22/10
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	37/57
Przygotowanie do zajęć	18/28
Przygotowanie scenariusza konferencji prasowej	10/15
Przygotowanie oświadczenia/komunikatu prasowego	9/14
Łączna liczba godzin	75
Punkty ECTS za moduł	3

VIII. ZALECANA LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Gula P., Prońko J., Wiśniewski B., *Zarządzanie informacją w sytuacjach kryzysowych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Administracji, Bielsko-Biała 2009.
2. Kaczmarek-Śliwińska M., *Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2015.
3. Nepelski M., *Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych*, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Policji, Szczytno 2016.

Literatura uzupełniająca:

1. Czaplicka, M., *Zarządzanie kryzysem w social media*, Wydawnictwo Helion, Gliwice 2014.
2. Lidwa W. (red.), *Zarządzanie kryzysowe*, Wydawnictwo AON, Warszawa 2015.
3. Schenkler I., Herrling T., *Relacje z mediami*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2009.
4. Wojcik K., *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2015.