

Akademia Wychowania Fizycznego im. J. Kukuczki w Katowicach Wydział Zarządzania Sportem i Turystyką			
Kierunek studiów i poziom kształcenia:	Zarządzanie – I stopień		Tryb studiów: S/N
Nazwa przedmiotu	ZARZĄDZANIE WIZERUNKIEM I TOŻSAMOŚCIĄ ORGANIZACJI		
Nazwa grupy przedmiotów i jej symbol	Grupa przedmiotów z nauk społecznych		GNS
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		
Język wykładowy	polski		
Forma realizacji przedmiotu	obligatoryjny	do wyboru	X
Specjalność	wszystkie specjalności		
Rok studiów	drugi		
Semestr	trzeci		
Liczba punktów ECTS	dwa		
Tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko prowadzącego zajęcia	dr Joanna Daniluk		
Kierunkowe efekty uczenia się - symbole	Przedmiotowe efekty uczenia się		
WIEDZA			
K_W06	W1	identyfikuje relacje między podmiotami gospodarczymi a innymi instytucjami społecznymi tworzącymi ich otoczenie w skali lokalnej, regionalnej, krajowej i międzynarodowej	
K_W10	W2	potrafi wyjaśnić istotę i uwarunkowania przedsiębiorczości jednostek ludzkich i zespołów	
K_W21	W3	zna metody analizy strategicznej organizacji i jej otoczenia oraz tworzenia koncepcji strategii w organizacjach	
UMIEJĘTNOŚCI			
K_U05	U1	Jest przygotowany do kierowania pracą zespołów (projektowych, zadaniowych itp.) i ich organizacji w środowisku pracy i poza nim	
K_U10	U2	Posiada umiejętności analizy i prognozowania poziomu oraz dynamiki wybranych wielkości i mierników osiągnięć przedsiębiorstwa/instytucji	
K_U16	U3	potrafi dostrzegać potrzeby zmian w organizacji i opracowywania planu zarządzania zmianami	
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_K03	K1	docenia znaczenie nauk o zarządzaniu dla utrzymania i rozwoju efektywności działania i odnosi zdobytą wiedzę do projektowania działań zawodowych	
K_K04	K2	jest przygotowany do organizowania i kierowania pracą zespołów (projektowych, zadaniowych itp.) i organizacji w środowisku pracy i poza nim	
K_K07	K3	odpowiedzialnie przygotowuje się do swojej pracy, projektuje i wykonuje działania z zakresu zarządzania	
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wprowadzenie do zajęć 2. Definiowanie pojęć i rozróżnienia: co to jest wizerunek a tożsamość firmy. Typy wizerunku, analiza wizerunku 3. Zarządzanie wizerunkiem i tożsamością – 4 perspektywy 4. Perspektywa 1 - wewnętrzna: system wynagrodzenia pracowników, styl kierowania, pewność zatrudnienia, sposób komunikowania się z pracownikami, świadczenia socjalne. 5. Perspektywa 2 - otoczenie rynkowe, czyli klienci, kontrahenci, kredytodawcy, pośrednicy, konkurenci; czynniki firmowe - pozycja 		

	<p>na rynku, polityka rynkowa, innowacyjność, zarządzanie, oraz sposób komunikacji.</p> <p>6. Perspektywa 3 - otoczenie społeczne: organizacje społeczne o różnym profilu działania, samorządy lokalne, instytucje i środowiska opiniotwórcze.</p> <p>7. Perspektywa 4 - relacje z inwestorami, czyli akcjonariuszami, inwestorami instytucjonalnymi i indywidualnymi, maklerami, analitykami i prasą finansową; czynniki firmowe: styl zarządzania, kreowanie rzetelnej wyceny przedsiębiorstwa, budowanie optymalnej struktury akcjonariatu, zapewnienie stałego przepływu informacji w stosunkach ze społecznością inwestorską oraz ustanawianie dobrych powiązań komunikacyjnych z prasą finansową i mediami.</p> <p>8. Nowe media w budowaniu marki i wizerunku przedsiębiorstwa</p> <p>9. Kreowanie wizerunku firmy przez odpowiedzialność społeczną: istota społecznej odpowiedzialności biznesu, firmowe kodeksy etyczne, programy zaangażowania społecznego, programy i kampanie społeczne, budowanie przekazów społecznych, działania odpowiedzialnego biznesu w różnych obszarach społecznych, raporty społeczne.</p> <p>10. -12. Prezentacje wybranych firm w oparciu o 4 perspektywy.</p> <p>13. Podsumowanie zajęć, zaliczenia.</p>
Wymagania wstępne i dodatkowe	brak
Literatura obowiązkowa	<ol style="list-style-type: none"> 1. Baruk A. I.: <i>Marketing personalny jako instrument kreowania wizerunku firmy</i>, Difin, Warszawa 2000. 2. Halemba P., Wantulok M., <i>Druga połówka branding: czyli o narzędziach kreowania wizerunku</i>, Wydaw. AWF, Katowice 2020. 3. Keller K. L., <i>Strategiczne zarządzanie marką: kapitał marki - budowanie, mierzenie i zarządzanie</i>, Nieoczywiste, Warszawa 2016. 4. Leary-Joice J., <i>Budowanie wizerunku pracodawcy z wyboru</i>, Wydawnictwo Oficyna, Kraków 2007. 5. Kall J., Kłeczek R., Sagan A., <i>Zarządzanie marką</i>, Oficyna Ekonomiczna - Oddz. Polskich Wydaw. Profesjonalnych, Kraków 2006.
Literatura uzupełniająca	<ol style="list-style-type: none"> 1. Chudzik J., <i>Metody pomiaru wartości przedsiębiorstwa [w:] „Przedsiębiorstwo i jego otoczenie”</i> red. nauk. A. Nehring, Wyższa Szkoła Biznesu, Dąbrowa Górnicza 2002, s. 125-138. 2. Górka-Chowaniec A., <i>Zarządzanie przedsiębiorstwem turystycznym w warunkach sieci: studium przypadku</i>, Wydaw. AWF, Katowice 2018. 3. Marczak M., <i>Zarządzanie marką obszaru recepcji turystycznej przez narodowe organizacje turystyczne</i>, CeDeWu, Warszawa 2018. 4. <i>Współczesne źródła wartości przedsiębiorstwa</i>, red. B. Dobiegała-Korona, A. Herman. Difin, Warszawa 2006. 5. Żymkowski., <i>Kształtowanie wizerunku banku</i>, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej, Poznań 2003.
Planowane formy/działania/ metody dydaktyczne	Wykład z użyciem sprzętu multimedialnego, dyskusja, praca w grupie, wystąpienia studentów z własnymi projektami
Sposób zaliczenia	Zaliczenie na ocenę
Metody oceniania osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	Ocena końcowa na podstawie projektu, aktywności i obecności lub test zaliczeniowy
Kryteria oceniania	Szczegółowe warunki uzyskania oceny oraz uzupełniające elementy

osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się	oceny (obecność, aktywność itp.), prowadzący zaliczenie podaje do wiadomości studentów na pierwszych zajęciach oraz na zajęciach poprzedzających zaliczenie
Praktyki zawodowe	nie dotyczy
STUDIA STACJONARNE Bilans punktów ECTS	udział w wykładach = 26h realizacja zadań projektowych = 24h konsultacje = 2h łącznie = 52h w bezpośrednim kontakcie z prowadzącym 50% godzin Liczba punktów ECTS = 2pkt Minimalna ilość godzin nakładu pracy studenta = 2 x 26 h = 52 h

Forma oceny efektów uczenia się				
Efekty uczenia się	Forma oceny			
	test	projekt	prezentacja	Dyskusja dydaktyczna
W1	X	X	X	X
W2	X	X	X	X
W3	X	X	X	X
U1		X	X	X
U2		X	X	X
U3		X	X	X
K1		X	X	X
K2		X	X	X
K3		X	X	X