


**KAPITAŁ LUDZKI**  
 NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI

 Projekt współfinansowany przez  
 Unię Europejską w ramach  
 Europejskiego Funduszu  
 Społecznego

**UNIA EUROPEJSKA**  
 EUROPEJSKI  
 FUNDUSZ SPOŁECZNY


<b>Nazwa przedmiotu</b>		<b>Kod ECTS</b>	
Zarządzanie wizerunkiem instytucji kultury		4.7.1214	
<b>Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot</b>			
Katedra Marketingu			
<b>Studia</b>			
<b>wydział</b>	<b>kierunek</b>	<b>poziom</b>	<b>drugiego stopnia</b>
Wydział Filologiczny	Zarządzanie i komunikacja w sztukach scenicznych	forma	stacjonarne
		moduł	wszystkie
		specjalnościowy	wszystkie
		specjalizacja	wszystkie
<b>Nazwisko osoby prowadzącej (osób prowadzących)</b>			
prof. UG, dr hab. Robert Bęben; dr Sylwia Kuczamer-Kłopotowska; mgr Zuzanna Kraus			
<b>Formy zajęć, sposób ich realizacji i przypisana im liczba godzin</b>		<b>Liczba punktów ECTS</b>	
<b>Formy zajęć</b>		3	
Ćw. audytoryjne		15 godzin - udział w zajęciach;	
<b>Sposób realizacji zajęć</b>		30 godzin - studiowanie literatury i przygotowanie do zajęć;	
zajęcia on-line, zajęcia w sali dydaktycznej		30 godzin - przygotowanie projektu zaliczeniowego i zaliczenie.	
<b>Liczba godzin</b>		Razem: 75 godzin = 3 ECTS.	
Ćw. audytoryjne: 15 godz.			
<b>Termin realizacji przedmiotu</b>			
2023/2024 zimowy			
<b>Status przedmiotu</b>		<b>Język wykładowy</b>	
obowiązkowy		polski	
<b>Metody dydaktyczne</b>		<b>Forma i sposób zaliczenia oraz podstawowe kryteria oceny lub wymagania egzaminacyjne</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Analiza zdarzeń krytycznych (przypadków)</li> <li>- Dyskusja</li> <li>- Praca w grupach</li> </ul>		<b>Sposób zaliczenia</b>	
		Zaliczenie na ocenę	
		<b>Formy zaliczenia</b>	
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- wykonanie pracy zaliczeniowej - projekt lub prezentacja</li> <li>- kolokwium</li> </ul>	
		<b>Podstawowe kryteria oceny</b>	
		Wymagania umożliwiające przystąpienie do zaliczenia: Obecność na wymaganej regulaminem studiów liczbie zajęć, Umiejętność dostosowania się do reguł obowiązujących podczas zajęć w zakresie: terminowości, uczciwości i poszanowania własności intelektualnej, regulaminu uczelni i innych regulacji, punktualności, kultury dyskusji i zasad dobrego wychowania. Wymagania kształtujące poziom oceny końcowej: uczestnictwo w zajęciach i udział w dyskusji (20%), przygotowanie oraz zaprezentowanie projektu grupowego (lub) indywidualnego (50%), kolokwium (30%).	
<b>Sposób weryfikacji założonych efektów uczenia się</b>			

zakładany efekt uczenia się	czynny udział w zajęciach	projekt grupowy lub indywidualny	kolokwium
	Wiedza		
K_W02		X	X
K_W08		X	X
	Umiejętności		
K_U06	X	X	X
K_U07	X	X	X
K_U10		X	X
	Kompetencje społeczne		
K_K07		X	X
K_K08	X	X	X

### Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymogami wstępnymi

#### A. Wymagania formalne

Zaliczenie przedmiotów (posiadanie wiedzy i umiejętności) prowadzonych w toku I roku MSU na kierunku Zarządzanie i komunikacja w sztukach scenicznych (ZaiKSS).

#### B. Wymagania wstępne

Student posiada podstawową wiedzę z zakresu zarządzania w instytucjach kultury oraz komunikacji.

### Cele kształcenia

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istotą, uwarunkowaniami i podstawowymi narzędziami kształtowania i zarządzania wizerunkiem organizacji z uwzględnieniem specyfiki instytucji kultury.

### Treści programowe

- Podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem wizerunkiem organizacji: wizerunek, tożsamość, reputacja.
- Podstawowe narzędzia kreowania wizerunku organizacji (Public relations).
- Rola zintegrowanej komunikacji marketingowej w kreowaniu wizerunku organizacji.
- Znaczenie marki w budowaniu wizerunku organizacji.
- Tożsamość wizualna organizacji.
- Specyfika zarządzania wizerunkiem instytucji kultury.

### Wykaz literatury

#### A. Literatura wymagana do ostatecznego zaliczenia zajęć (zdania egzaminu):

- Kocój, E., Szulborska-Lukaszewicz, J., & Kędzióra, A., (2019). Zarządzanie w sektorze kultury: między teorią a praktyką (pp. 249, [1]). Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego.
- Wojcik K., Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Placet, Warszawa, 2009.

#### B. Literatura uzupełniająca

- Wróblewski Ł., (2019), Rola i znaczenie aktywności online użytkowników mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku instytucji kultury, Zarządzanie w Kulturze, Tom 20, Numer 2, s. 221-239.
- Ryłko-Kurpiewska A., Łosiewicz M., (2019), Wybrane aspekty kształtowania wizerunku samorządowych instytucji kultury w Gdańsku. Zarządzanie w Kulturze, Tom 20 Numer 2, s. 241-256.
- Baczyńska-Hryhorowicz A., (2021), Wykorzystanie barw w kształtowaniu wizerunku instytucji kultury, Załącznik Kulturoznawczy, nr 8/2021, s. 449-472.
- Kuczamer-Kłopotowska S., Kalinowska-Zełęznik A., Lusińska A., (2017), The reflections of the CSR strategy in the activities of a public medium, as exemplified by Radio Gdańsk, Journal of Organizational Change Management, Vol. 30, issue 2.

Kierunkowe efekty uczenia się	Wiedza
K_W02; K_W08 K_U06; K_U07; K_U10 K_Ko7; K_K08	Student: K_W02 - posiada pogłębioną wiedzę o powiązaniach nauk o zarządzaniu i jakości z różnymi obszarami humanistyki oraz jest świadom problemów i możliwości badawczych wynikających z powiązania tych obszarów; K_W02 - ma rozszerzoną wiedzę w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakością oraz rozumie ich relację z innymi naukami społecznymi; K_W08 - ma rozszerzoną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa; K_W08 - posiada szeroką wiedzę w zakresie narzędzi diagnozowania makro- i

mikrootoczenia.

#### Umiejętności

Student:

K\_U06 - potrafi poprawnie interpretować zjawiska społeczno-gospodarcze organizacji, bieżące wydarzenia w polityce gospodarczej, ekonomii, a także samodzielnie formułować własne opinie w tym zakresie oraz proponować adekwatne rozstrzygnięcia w przypadku zmian zachodzących w tych obszarach.

K\_U07 - potrafi zastosować zdobytą wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w praktyce zawodowej;

K\_U07 - potrafi poprawnie wybrać i zastosować zaawansowane metody i narzędzia stosowane w naukach o zarządzaniu i jakości;

K\_U10 - w sposób poprawny posługuje się terminologią z dziedziny nauk ekonomicznych, a zwłaszcza z dyscypliny nauk o zarządzaniu, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia.

#### Kompetencje społeczne (postawy)

Student:

K\_K07 - ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.

K\_K08 - ma świadomość uzupełniania i poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności;

K\_K08 - stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki.

#### Kontakt

robert.beben@ug.edu.pl