

**KARTA PRZEDMIOTU****I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie sytuacją kryzysową
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Crisis management
Kierunek studiów	Zarządzanie
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	Studia II stopnia
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	Studia stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o zarządzaniu i jakości
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Grzegorz Zasuwa
---	-------------------------

Forma zajęć( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
wykład	30 godzin	IV semestr	1 punkty ECTS
konwersatorium			
ćwiczenia			
laboratorium			
warsztaty			
seminarium			
proseminarium			
lektorat			
praktyki			
zajęcia terenowe			
pracownia dyplomowa			
translatorium			
wizyta studyjna			

Wymagania wstępne	Brak
-------------------	------

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

C1 - Zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami dotyczącymi zarządzania sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwie
---

**III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych**

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>WIEDZA</b>		
W_01	Absolwent ma wiedzę z zakresu zarządzania kryzysowego w przedsiębiorstwie, uwzględniającą podmiotowość człowieka oraz implikacje dla szczegółowych obszarów zarządzania.	K_W4, K_W_06, K_W07
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Absolwent potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu zarządzania kryzysowego do analizowania szczegółowych problemów w tym zakresie i własnych propozycji rozwiązań, przyjmując perspektywę różnych stron (pracowników, właściciela)	K_U01, K_U08, K_U09
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>		
K_01	Absolwent jest gotów do twórczego i profesjonalnego rozwiązywania problemów w zakresie zarządzania sytuacją kryzysową	K_K04, K_K05

**IV. Opis przedmiotu/ treści programowe****Treści programowe wykładu**

1. Pojęcie kryzysu w przedsiębiorstwie
2. Źródła kryzysów w przedsiębiorstwach
3. Przebieg sytuacji kryzysowej w przedsiębiorstwie
4. Konsekwencje kryzysów w przedsiębiorstwach
5. Strategie i narzędzia zarządzania sytuacją kryzysową w przedsiębiorstwach

**V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się**

Symbol efektu	Metody dydaktyczne <i>(lista wyboru)</i>	Metody weryfikacji <i>(lista wyboru)</i>	Sposoby dokumentacji <i>(lista wyboru)</i>
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Wykład, dyskusja	Egzamin ustny	Wydruk protokołu zaliczeniowego
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01	Wykład, dyskusja	Egzamin ustny	Wydruk protokołu zaliczeniowego
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K_01	Wykład, dyskusja	Egzamin ustny	Wydruk protokołu zaliczeniowego

**Uwagi:** W przypadku podjęcia decyzji przez władze Uniwersytetu o przejściu w tryb nauki zdalnej, efekty kształcenia będą realizowane i weryfikowane przy wykorzystaniu narzędzi MS Teams lub platformy Moodle.

**VI. Kryteria oceny, wagi**

Weryfikacja zakładanych efektów kształcenia zostanie przeprowadzona podczas egzaminu ustnego. Oceny zostaną wystawione zgodnie z następującą skalą.

- Ocena niedostateczna: student nie zna żadnych zagadnień, z zakresu zarządzania sytuacją kryzysową (uwzględniających wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne).
- Ocena dostateczna: student zna jedynie wybrane przez siebie zagadnienia z zakresu zarządzania sytuacją kryzysową (uwzględniających wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne)
- Ocena dobra: student zna większość wymaganych zagadnień z zakresu zarządzania sytuacją kryzysową (uwzględniających wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne)
- Ocena bardzo dobra: student zna wszystkie wymagane zagadnienia z zakresu zarządzania sytuacją kryzysową (uwzględniających wiedzę, umiejętności i kompetencje społeczne)

#### VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	15 godzin
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30 godzin

#### VIII. Literatura

Literatura podstawowa
1. Ziarko, J., & Walas-Trębacz, J. (red.). (2010). Podstawy zarządzania kryzysowego cz. 2: Zarządzanie kryzysowe w przedsiębiorstwie. Oficyna Wydawnicza AFM Krakowskie Towarzystwo Edukacyjne Sp. z oo.
Literatura uzupełniająca
1. Pasieczny, J. (2005). Dlaczego kryzys nie musi prowadzić do rozwoju. <i>Przegląd Organizacji</i> , (6), 7-11.
2. Samardakiewicz, E., & Gorbaniuk, O. (2011). Zarządzanie antykryzysowe a wizerunek firmy. <i>Organizacja i Kierowanie</i> , (4), 79-91.
3. Głuszek, E. (2011). Skuteczność inicjatyw z zakresu CSR jako strategii zabezpieczania reputacji przedsiębiorstwa na wypadek kryzysu. <i>Prace Naukowe Uniwersytetu Ekonomicznego we Wrocławiu</i> , (220), 271-258.
4. Dąbrowski, T. J. (2010). Komunikacja kryzysowa jako narzędzie kształtowania reputacji. <i>Marketing i Rynek</i> , (8), 9-15.
5. Gorczyńska, M., Wieczorek-Kosmala, M., & Znanięcka, K. (2011). Kryzys przedsiębiorstwa z perspektywy jego sytuacji finansowej. <i>Studia Ekonomiczne/Uniwersytet Ekonomiczny w Katowicach</i> , (77 Zjawiska kryzysowe a decyzje finansowe przedsiębiorstw), 9-21.

Podpis pracownika  
Grzegorz Zasuwa