

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Zarządzanie wizerunkiem medialnym
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media image management
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	Język polski

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Mgr Paweł Wieczorek
---	---------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
konwersatorium	30	III	2

Wymagania wstępne	Student przystępujący do kursu „Zarządzanie wizerunkiem medialnym” powinien posiadać podstawową wiedzę z zakresu komunikacji medialnej, public relations i marketingu, zdobytą w ramach wcześniejszych przedmiotów na kierunku Dziennikarstwo i Komunikacja Społeczna. Wskazane jest, aby znał podstawowe modele komunikacji, mechanizmy funkcjonowania mediów oraz miał świadomość roli wizerunku w przestrzeni publicznej.
-------------------	--

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

Zapoznanie studentów z podstawowymi zasadami i strategiami zarządzania wizerunkiem medialnym w kontekście działalności publicznej, biznesowej i instytucjonalnej.
Rozwinięcie umiejętności analizy oraz kształtowania wizerunku medialnego przy wykorzystaniu współczesnych narzędzi i kanałów komunikacyjnych.
Kształtowanie kompetencji krytycznej oceny strategii komunikacyjnych oraz ich dostosowywania do zmieniających się warunków rynkowych i społecznych.

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

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Charakteryzuje w pogłębionym stopniu przyczyny i konsekwencje zmian we współczesnych mediach, wraz z wpływem tych zjawisk na sposoby kształtowania wizerunku medialnego organizacji.	K_W04
W_02	Wskazuje uwarunkowania wpływające na budowanie i zarządzanie wizerunkiem	K_W06
W_03	Rozróżnia w rozszerzonym stopniu zasady tworzenia i rozwoju kreatywnego myślenia skierowanego na dobro organizacji	K_W07
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Argumentuje z użyciem specjalistycznej terminologii charakterystycznej dla dziennikarstwa i nauk o mediach, nawiązując zrozumiąły i przekonujący kontakt z różnymi kręgami odbiorców.	K_U06
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Potrafi ocenić działania własne i cudze z punktu widzenia zasad etyki zawodowej i przepisów prawa, zachowując odpowiedzialność społeczną w działalności związanej z kreowaniem wizerunku medialnego	K_K04

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

1. Wprowadzenie do zarządzania wizerunkiem medialnym – podstawowe definicje i koncepcje.
2. Strategie budowania i utrzymywania pozytywnego wizerunku.
3. Rola public relations i marketingu w zarządzaniu wizerunkiem.
4. Media tradycyjne i cyfrowe jako narzędzia kreowania wizerunku.
5. Monitoring i analiza wizerunku – metody i narzędzia.6
- . Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi w mediach.
7. Case studies – analiza przykładów skutecznego/nieudolnego zarządzania wizerunkiem.

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	wykład konwersatoryjny, dyskusja	odpowiedź ustna, udział w dyskusji	wpis w arkuszu ocen
W_02	analiza przypadku (wizerunek medialny), metoda problemowa	aktywność na zajęciach, ustne omówienie zadania	tabelaryczne zestawienie ocen
W_03	praca w grupach, burza mózgów	prezentacja wyników grupy, aktywność podczas pracy zespołowej	wpis w arkuszu ocen
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	ćwiczenia praktyczne, symulacje	krótka prezentacja ustna, aktywność podczas symulacji	wpis w arkuszu ocen
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
K_01	dyskusja, studium przypadku	udział w dyskusji, aktywność na zajęciach	tabelaryczne zestawienie ocen

VI. Kryteria oceny, wagi...

Zaliczenie ustne: 30%, Trafność ocen i wniosków w dyskusji: 40% Aktywność na zajęciach: 30%

0 – 50 % ocena niedostateczna

51 – 60 % ocena dostateczna

61 – 70 % ocena dostateczna plus

71 – 80 % ocena dobra

81 – 90 % ocena dobra plus

91 – 100% ocena bardzo dobra

VII. Obciążenie pracą studenta

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

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Budzyńska-Daca, A. (Red.). (2016). <i>Retoryka wizerunku medialnego</i> . Warszawa, Polska: Polskie Towarzystwo Retoryczne.
Literatura uzupełniająca
Kotler, P., & Keller, K. L. (wyd. polskie). <i>Marketing</i> . Poznań, Polska: Dom Wydawniczy Rebis. Wojcik, K. (2022). Wizerunek i reputacja organizacji: informacyjny i zarządczy potencjał – część II. <i>Studia Medioznawcze</i> , 23(1), 1154–1170. https://doi.org/10.33077/uw.24511617.sm.2022.1.682 Materiały audiowizualne i raporty branżowe dostępne online