

OPISY PRZEDMIOTÓW OBIERALNYCH

Nazwa kierunku studiów	Zarządzanie
Poziom studiów	studia drugiego stopnia
Rocznik	2024/2025
Semestr, w którym przedmioty są wybierane	3
Semestr, w którym przedmioty są realizowane	4

Przedmioty obieralne umożliwiają zdobywanie wiedzy i rozwijanie umiejętności ważnych dla kierunku, ale z uwzględnieniem indywidualnych zainteresowań studenta.

W tym semestrze macie Państwo możliwość wyboru części przedmiotów obieralnych, a wybrane przedmioty będą realizowane w kolejnym semestrze.

Przedmiot może być realizowany jeśli zbierze się wystarczająca liczba chętnych studentów (nie mniej niż 66% studentów dokonujących wyboru).

W tym semestrze wyboru dokonacie Państwo za pomocą ankiety, która zostanie udostępniona początkiem listopada (ankieta będzie aktywna przez 2 tygodnie). Studenci którzy nie dokonają wyboru, zostaną administracyjnie dopisani do przedmiotów które będą realizowane.

W semestrze zimowym 2025/26 wybieracie Państwo 1 przedmiot z 2 oferowanych:

LIDER W ORGANIZACJI

Treści kształcenia:

- Zmiany kulturowe i antropologiczne na przestrzeni wieków. Zmiany społeczne w aspekcie historycznym
- Zmiany w przywództwie od czasów antycznych do współczesności
- Jakie rekomendacje dla lidera XXI w. płyną z analizy sposobów działań przywódców zasłużonych dla naszej cywilizacji
- Kto może być współczesnym liderem. Konieczne predyspozycje i kompetencje
- Rola lidera/przywódcy w organizacjach gospodarczych i innych
- Lider/przywódcą w organizacji multigeneracyjnej
- Lider otwarty na zmiany wywoływane przez procesy globalizacyjne, rewolucję cyfrową i innowacje...
- Przykłady przywództwa w czasach antycznych mierzonych współczesną miarą
- Omówienie zmian w przywództwie i w funkcji lidera od XIX do XXI w. przy pomocy wybitnych postaci omawianego okresu
- Praktyczne aspekty procesu kierowania na przykładzie firm produkcyjnych, usługowych oraz instytucji użyteczności publicznej
- Praktyczne aspekty kierowania pracownikami z pokolenia X, Y, Z. Zarządzanie zespołami multigeneracyjnymi

PUBLIC RELATIONS W ZARZĄDZANIU FIRMĄ

Treści kształcenia:

- Wprowadzenie do PR: definicje, cele, funkcje, filozofia, istota, obszary działalności działań PR; PR w komunikacji marketingowej; Public Relations a inne dyscypliny; Public Relations w strukturze organizacyjnej firmy; Pomiar efektów działań Public Relations.
- Internal Relations (komunikacja wewnętrzna); narzędzia wewnętrznego PR; Zasady wewnętrznej komunikacji; Bariery oraz możliwości wykorzystania IR.
- Media Relations: Zasady kontaktów z mediami; Zasady konstruowania i prostowania informacji prasowej.
- Sponsoring jako skuteczne narzędzie budowania wizerunku firmy.
- Zarządzanie kryzysem w organizacji: Charakterystyka kryzysów; Uwarunkowania kryzysów; Prewencja kryzysowa; Postępowanie w kryzysie; Symulacje kryzysu; Identyfikowanie problemu; Zasady tworzenia sztabu kryzysowego; Komunikacja wewnętrzna i zewn. Kryzysie; Monitoring, ocena i korekta działań....
- Analiza otoczenia firmy pod kątem działań PR.
- Projektowanie systemu komunikacji wewnętrznej dla firmy.
- Przygotowanie materiałów prasowych, organizacja i prowadzenie konferencji prasowej.
- Przygotowanie oferty sponsorskiej, prowadzenie negocjacji.
- Zarządzanie sytuacją kryzysową w firmie