

**KARTA PRZEDMIOTU**

<i>Nazwa przedmiotu w języku polskim:</i> <b>KOMUNIKACJA I NEGOCJACJE KRYZYSOWE</b>							<i>Kod przedmiotu:</i> <b>KNS /BW-IIP/O/07</b>		
<i>Nazwa przedmiotu w języku angielskim:</i> <b>CRISIS COMMUNICATION AND NEGOTIATION SKILLS</b>									
<i>Kierunek studiów:</i> <b>Bezpieczeństwo wewnętrzne</b>			<i>Profil:</i> <b>praktyczny</b>				<i>Poziom studiów:</i> <b>II stopień</b>		
<i>Specjalność/specjalizacja:</i> -			<i>Forma zaliczenia przedmiotu:</i> <b>zaliczenie na ocenę</b>				<i>Semestr studiów:</i> <b>2</b>		
<i>Nazwa grupy zajęć:</i> <b>zajęcia ogólne</b>			<i>Język w jakim prowadzone są zajęcia:</i> <b>polski</b>						
<i>Tryb studiów</i>	<i>Forma zajęć</i>							<i>Ogólna liczba godzin</i>	<i>Liczba punktów ECTS:</i>
	<i>W</i>	<i>Ćw.</i>	<i>Konw.</i>	<i>Lab.</i>	<i>Proj.</i>	<i>Sem.</i>	<i>Zajęcia terenowe</i>		
<i>Tryb stacjonarny</i>		-	<b>15</b>	<b>15</b>	-	-	-	<b>30</b>	<b>2</b>
<i>Tryb niestacjonarny</i>		-	<b>9</b>	<b>6</b>	-	-	-	<b>15</b>	
<i>Jednostka realizująca przedmiot, wydział:</i> <b>Kolegium Nauk Społecznych</b>									
<i>Odpowiedzialny za opracowanie karty przedmiotu (tytuł/stopień naukowy, imię i nazwisko, adres e-mail):</i> <b>dr Jacek Skorus, jskorus@wszop.edu.pl</b>									
<b>CEL PRZEDMIOTU</b>									
C1.	Zdobycie przez studentów wiedzy o komunikacyjnym i medialnym aspektach sytuacji kryzysowych oraz podstawowych umiejętności prowadzenia negocjacji								
C2.	Nabycie przez studentów wiedzy i umiejętności związanych z komunikacyjnymi działaniami prewencyjnymi w sytuacjach kryzysowych.								
C3.	Nabycie przez studentów podstawowej wiedzy i umiejętności w zakresie komunikacji w zaistniałych sytuacjach kryzysowych (przygotowanie komunikatów, zasady postępowania i działania w kontaktach z mediami, językowe i								
<b>WYMAGANIA WSTĘPNE</b>									
1.	Podstawowa wiedza z retoryki i psychologii.								
2.	Podstawowa wiedza o funkcjonowaniu mediów								
3.	Wiedza o zasadach współżycia społecznego								

PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ		METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DO:	
			TREŚCI PROGRAMOWYCH	KIERUNKOWYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ
EU1	Student potrafi zdefiniować pojęcie kryzysu i sytuacji kryzysowej, prawidłowo identyfikuje rodzaje kryzysów, rozumie rolę i znaczenie komunikacji między uczestniczącymi w nich podmiotami, ma pogłębioną wiedzę o prawnych i społecznych regułach kontaktów z mediami.	prezentacja	K1 – K3 L1 – L2	BWII K_U 06; BWII K_W 06
EU2	Student potrafi reagować w sytuacjach kryzysowych, wie jak funkcjonują wydziały bezpieczeństwa i zarządzania kryzysowego jednostek samorządowych, zna zasady postępowania w czasie różnego rodzaju kryzysów i potrafi je zastosować w praktyce.	prezentacja	K1, K5 L5	BWII K_U 07; BWII K_W 10
EU3	Student potrafi komunikować się z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym w sytuacjach kryzysowych, zna podstawowe strategie public relations i media relations, potrafi przygotować instytucję do sytuacji kryzysowych w aspektach komunikacji społecznej i medialnej.	prezentacja	K4 - K4 L3 – L4	BWII K_U 08; BWII K_U 10

**TREŚCI PROGRAMOWE**

L.p.	KONWERSATORIUM	Liczba godzin	
		S	N
K1	Omówienie zasad zaliczenia przedmiotu oraz obowiązującej literatury. Przypomnienie podstawowej wiedzy o kryzysach i sytuacjach kryzysowych – podobieństwa, różnice. Klasyfikacja kryzysów i sytuacji kryzysowych. Językowe, psychologiczne i kognitywne rozumienie sytuacji kryzysowych.	3	2
K2	Modele informacji w różnych mediach. Pięć pytań E.E. Kischka i ich rola w przekazie informacji. Operacje mentalne podczas przygotowywania informacji: redukcja, transformacja, deformacja. Funkcje informacji, zasady rzetelności w przygotowaniu komunikatu medialnego. Waluacja informacji – modele Galtunga/Ruge, gatekeepingu.	3	2
K3	Opracowanie komunikatu medialnego na zadany temat – ćwiczenia praktyczne. Komunikat inicjujący, komunikat reaktywny – zasady konstrukcji. Moduł informacyjny w mediach audiowizualnych. Rola obrazu i zasady jego montażu. Redundancja audio-wideo i jej znaczenie dla konstrukcji i rozumienia przekazu.	3	2
K4	Wystąpienia przed kamerą i mikrofonem – podstawowe zasady zachowania, Wywiad i zasady jego udzielania. Odpowiedzi na tzw. trudne pytania . Rola ubioru i postawy, gestu – zasady komunikacji wizualnej. Case study – analiza przykładów medialnych wystąpień polityków i celebrytów.	3	2
K5	Wystąpienia publiczne w kryzysie. Rola postawy, komunikacji niewerbalnej, intonacji głosu. Notatki prasowe – ich rodzaje i zasady konstrukcji.	3	1
<b>RAZEM</b>		15	9

**FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA KONWERSATORIUM:** prezentacja - ocena jakościowa

L.p.	LABORATORIUM	Liczba godzin	
		S	N

L1	Podstawy komunikacji społecznej – rola, funkcje, modele. Teorie komunikowania masowego – bazowe, średniego zasięgu, interpersonalne, mediów i systemów medialnych, odbioru społecznego/ publiczności. Teorie skuteczności - Hovlanda (uczenia się), Halla (preferowania, negocjowania, oporu), dysonansu społecznego, dyfuzji innowacji/informacji, Noelle-Neuman (spirala milczenia).	3	2
L2	Opinia publiczna i jej rola w sytuacjach kryzysowych. Media a kreowanie opinii publicznej. Typy opinii publicznej – trwała i chwilowa. Rola stereotypów, wzorców kulturowych, mitów i przesądów w kształtowaniu opinii publicznej. Opinia publiczna i jej modele. Funkcje opinii publicznej – integracyjna, kontrolna, kreacyjna, konsultacyjna., prezentacyjna, wartościująca, orientacyjna, deliberatywna.	3	1
L3	Podstawowe psychologiczne, językowe i kognitywne zasady kreacji komunikatów medialnych. Reguła A. Mehrabiana (rola komunikacji niewerbalnej). Językowe zasady konstrukcji przekazu – key message (kluczowe przesłanie), chwytły retoryczne (metafora, pytania retoryczne i inne figury). Rola struktur gramatycznych w komunikacji językowej.	3	1
L4	Komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna w kryzysie. Planowanie strategii komunikowania w sytuacji kryzysowej. Symulacje sytuacji kryzysowych w grupach – organizacja centrum/sztabu kryzysowego. Wizerunek, marka, reputacja, publicity. Zasady zarządzania kryzysami wizerunkowymi. Public relations i jego rola w komunikacji kryzysowej. Czarny PR – jak reagować? Psychologia prawdy/fałszu w kryzysie.	3	1
L5	Media społecznościowe i zasady komunikacji w Internecie. Kryzysy w mediach społecznościowych – hejt, fake newsy, deep fakes. Case study – przykłady z życia publicznego, tzw. spin w komunikacji medialnej. Kryzysy związane z terroryzmem (rola mediów społecznościowych), w sektorze spożywczym, służbie zdrowia, w środowiskach młodzieżowych.	3	1
<b>RAZEM</b>		<b>15</b>	<b>6</b>

**FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA LABORATORIUM:** prezentacja - ocena jakościowa

**METODY I FORMY DYDAKTYCZNE**

1.	wykład konwersatoryjny
2.	ćwiczenia praktyczne
3.	praca z tekstem
4.	filmy

**NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE**

1.	prezentacja multimedialna
2.	platforma e-learningowa
	biblioteki cyfrowe i zasoby online

**OPROGRAMOWANIE**

4.	Nie dotyczy
----	-------------

**OBCIĄŻENIE STUDENTA PRACĄ**

	Forma aktywności	Liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		tryb stacjonarny	tryb niestacjonarny
1.	godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim	<b>30</b>	<b>15</b>
2.	samodzielne przygotowanie się do zajęć	6	121
3.	przygotowanie do zaliczenia/egzaminu	5	5
4.	konsultacje	4	4
5.	zapoznanie się z literaturą	5	5
6.	zaliczenie/egzamin	-	-
<b>SUMA GODZIN</b>		<b>50</b>	<b>50</b>
<b>LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>		<b>2</b>	<b>2</b>

**LITERATURA PODSTAWOWA**

1.	J. Sadowski, <i>Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych</i> , Katowice 2015
2.	M. Brzozowska-Pasieka, <i>Rzecznik prasowy: oczekiwania i możliwości. Perspektywa teoretyczna i praktyczna</i> , Warszawa 2015
3.	P.F. Anthonissen [red.], <i>Komunikacja kryzysowa</i> , Warszawa 2010

4.	P. Polko (red. nauk.), <i>Zarządzanie w sytuacjach kryzysowych – dylematy działań organizacyjnych podejmowanych w sferze bezpieczeństwa</i> , Wyd. WSB Dąbrowa Górnicza, 2016
<b>LITERATURA UZUPEŁNIAJĄCA I ŹRÓDŁA PRAWA</b>	
1.	J. Stawnicka, D. Biel [red.], <i>Komunikacja w sytuacjach kryzysowych</i> , Katowice 2011
2.	K. Gajdka, <i>Rzecznik prasowy w otoczeniu mediów</i> , Kraków 2012
3.	A. Miotk, <i>Nowy PR. Jak Internet zmienił public relations</i> , Lublin 2016
4.	J. Kreft, <i>Za fasadą społeczności. Elementy zarządzania nowymi mediami</i> , Kraków 2015
5.	J. Kreft, <i>Koniec dziennikarstwa jakie znamy. Agregacja w mediach</i> , Kraków 2016
<b>INNE PRZYDATNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE:</b>	
1.	<p>PLATFORMA MOODLE zawiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ materiały dydaktyczne do przedmiotu</li> <li>▪ przedmiotowe efekty uczenia się</li> <li>▪ zalecaną literaturę</li> <li>▪ warunki i kryteria zaliczenia przedmiotu</li> </ul>
2.	BIBLIOTEKA WSZOP zapewnia literaturę podstawową do przedmiotu oraz wybrane pozycje literatury uzupełniającej, w tym dostęp do zbiorów cyfrowych i Platformy IBUK Libra
3.	<p>ELEKTRONICZNY NIEZBĘDNIK STUDENTA zawiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ kierunkowe efekty uczenia się</li> <li>▪ karty przedmiotów</li> <li>▪ terminy konsultacji nauczycieli akademickich</li> </ul>
4.	<p>WIRTUALNY DZIEKANAT zawiera:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ harmonogram zajęć na bieżący semestr</li> <li>▪ harmonogram sesji egzaminacyjnej</li> <li>▪ ogłoszenia dotyczące organizacji roku akademickiego</li> </ul>
5.	<p>Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny jakościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ w pełni – ocena bardzo dobry</li> <li>▪ z niewielkimi niedociągnięciami – ocena dobry plus</li> <li>▪ z brakami, które można uzupełnić – ocena dobry</li> <li>▪ z istotnymi brakami, które można uzupełnić – ocena dostateczny plus</li> <li>▪ z istotnymi brakami na minimalnym poziomie – ocena dostateczny lub</li> <li>▪ nie zostały osiągnięte – ocena niedostateczny.</li> </ul>
6.	<p>Ocena osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się z wykorzystaniem metod weryfikacji wymagających oceny ilościowej oznacza, że zakładane efekty zostały osiągnięte:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 91-100% sumy – ocena bardzo dobry</li> <li>▪ 81-90% – ocena dobry plus</li> <li>▪ 71-80% – ocena dobry</li> <li>▪ 61-70% – ocena dostateczny plus</li> <li>▪ 51-60% – ocena dostateczny lub</li> <li>▪ 50% i mniej – ocena niedostateczny.</li> </ul>
7.	Terminy egzaminów uzgadnia starosta roku z prowadzącym zajęcia
8.	Karta przedmiotu obowiązuje od roku akademickiego 2024/25