

Tworzenie wizerunku firmy

Osoba prowadząca zajęcia: mgr Piotr Bielski, Katedra Socjologii Organizacji i Zarządzania, pok. A116, e-mail: piotr.bielski@gmail.com

Kierunek studiów: Dziennikarstwo

Rodzaj zajęć: konwersatorium

Wymiar zajęć: 15 godz.

Metody nauczania: dyskusja, praca w grupach, praca z tekstem, indywidualne i grupowe prezentacje

Warunki zaliczenia: obecność i aktywny (merytoryczny) udział w zajęciach, kolokwium.

Dopuszczam możliwość zwolnienia wybranych studentów z semestralnego kolokwium dzięki dokonaniu prezentacji zagadnień poszerzających, przeprowadzenia i wyróżniająca się aktywność.

Obecność na zajęciach: liczba nieobecności powyżej sześciu jest równoznaczna z brakiem zaliczenia zajęć. Dopuszczalna jest jedna nieobecność w trakcie semestru. Każda kolejna nieobecność związana jest z obowiązkiem zaliczenia materiału na konsultacjach przed końcem semestru. Brak zaliczenia takiego materiału będzie skutkować obniżeniem oceny z przedmiotu lub brakiem zaliczenia.

Przygotowanie do zajęć: studenci winni przed zajęciami zapoznać się z literaturą oraz brać aktywny i merytoryczny udział w dyskusjach. Obowiązuje przygotowanie i przedstawienie na zajęciach prezentacji strategii tworzenia wizerunków wybranych przez studentów w porozumieniu z prowadzącym zajęcia. Prezentacje mogą dotyczyć szeroko rozumianych firm i organizacji.

Obecność nawet na wszystkich zajęciach, lecz nie poparta aktywnym uczestnictwem w dyskusjach nie stanowi do zaliczenia zajęć, konieczne jest wykazanie się znajomością lektur – kolokwium semestralne.

Cele kształcenia: celem kursu jest zapoznanie studentów z podstawowymi zagadnieniami z zakresu tworzenia wizerunku firmy, głównymi pojęciami, terminami i teoriami niezbędnymi do opisu procesów, mechanizmów i zjawisk społecznych zachodzących w organizacjach i firmach. Po ukończeniu zajęć student winien nabyć umiejętności wykorzystywania wiedzy teoretycznej do tworzenia wizerunku organizacji. Nacisk w prowadzeniu zajęć położony jest na ciągle praktyczne analizowanie za pomocą kategorii socjologicznych i terminów z zakresu marketingu i PR organizacji, z którymi studenci mają na co dzień do czynienia (np. firmy, szkoły, organizacje pozarządowe, państwo).

Wykaz lektur:

- oznacza podręcznik
- oznacza rozdział podręcznika

1. Tworzenie wizerunku firmy jako integralny element strategii PR.

- Black S., Public relations, Warszawa ABC, 1998
- R.7 "Tożsamość przedsiębiorstwa i komunikacja za pomocą środków wizualnych", ss. 95-112
- Strategia wizerunkowa miasta Łodzi
http://miasta.gazeta.pl/lodz/1,35153,5753408,Tylko_u_nas__zobacz_spot_CNN_o_Lodzi.html
- A jednak się kręci!
- Magazyn "Piar.pl" nr 16, <http://www.piar.pl/index.php?a=46&wiecej=147>
- Kuchnia PR Walka o EURO 2012. Studium przypadku kampanii PR w internecie -
Magazyn "Piar.pl" nr 15
- Mundurka cień - Magazyn "Piar.pl" nr 4 (16)

2 i 3. Całościowa identyfikacja. Corporate identity.

- Nikodemka-Wołowik A., Górski T., Wołowik M., "Nie tylko logotyp. Wyróżnienie i przynależność w biznesie" (2004), Bydgoszcz - Gdańsk, ss.15-140
- Goban Klas T., PR czyli promocja reputacji, Business Press, Warszawa 1997, ss.67-74 (R. 6 "P.R. kształtuje wizerunek firmy")

4.Kultura organizacyjna cz.1. Źródła pochodzenia kultury, koncepcje, orientacje

- Zbiegień – Maciąg L. (1999), Kultura w organizacji, ss. 13-42.

5. Kultura organizacyjna cz.2. Przejawy kultury. Przegląd typologii kultur.

- Zbiegień – Maciąg L. (1999), Kultura w organizacji, ss. 43-87.

6 . Praktyczna charakterystyka kultur firm i ich strategii wizerunkowych.

- Kostera M. (2007 red.), Kultura organizacji. Badanie etnograficzne polskich firm, GWP, Gdańsk
 - Kapłan, wizja i zakon, czyli zarządzanie świątynią sztuki, ss.131-149
 - Proces rekrutacji – realia, ss. 150-169
 - Klan spółdzielców - opowieść o pewnym warszawskim sklepie, ss.186-210
 - "Drugi dom?" Etnografia organizacji humanitarnej, ss. 271-286
 - W poszukiwaniu organizacji – zdrowe życie, ss.287-308
- Konecki K (2008), Zarządzanie talentami –zarządzanie lamentami, czyli jak rozwija się „geniusz”?, <http://www.krzysztofkoncki.prv.pl/>

7. Kolokwium

Uwaga! Powyższy program może się nieznacznie zmienić w zależności od przebiegu ćwiczeń (np. dłuższe omawianie tematu lub pojawienie się nowej literatury).

Ewentualne zmiany będą omawiane na zajęciach.

Zalecana literatura:

Black S., Public relations, Warszawa ABC, 1998

Goban Klas T., PR czyli promocja reputacji, Business Press, Warszawa 1997

Griffin R.W. (2005), Podstawy zarządzania organizacjami, PWN, Warszawa.

Hofstede G. (2000), Kultura i organizacje, PWE, Warszawa.

Kostera M. (2007 red.), Kultura organizacji. Badanie etnograficzne polskich firm, GWP, Gdańsk

Kadragic A., Czarnowski P., Public Relations, Business Press, Warszawa 1997

Łucewicz J. (1997), Socjologiczne spojrzenie na organizację, WAE.

Masłyk - Musiał E. (1996) Społeczeństwo i organizacje, W.UMC-S.

Morgan G. (1997), Obrazy organizacji, PWN, Warszawa.

Morgan G. (2001), Wyobraźnia organizacyjna, PWN, Warszawa.

Sikorski CZ. (1999), Zachowania ludzi w organizacji, PWN, Warszawa.

Zbiegień – Maciąg L. (1999), Kultura w organizacji, PWN, Warszawa.

English Summary.

The course of creation of corporate identity is taught by Piotr Bielski (PhD student) and comprises of 15 hours of teaching. It is available for the students of journalism. The goal of the course is to present relevant concepts and ideas from the field of corporate identity (CI), marketing, sociology and PR to the students and provide them with a practical training in corporate identity creation. The basic requirements for completing the course is a positive note on a final test. However, there is a range of possibilities for being exempt from the test thanks to outstanding activity during the course, presenting specific corporate identity strategies to the group in agreement with the teacher and interviewing a person in charge of CI in a chosen organization. The presence of the students is required, they are allowed to miss course just two times. In case the students exceed the limit, they are obliged to prepare relevant topics and discuss them with the teacher during his tutorials.