

Sylabus przedmiotu

Przedmiot:	Zarządzanie wizerunkiem firmy
Kierunek:	Zarządzanie, II stopień [4 sem], niestacjonarny, ogólnoakademicki, rozpoczęty w: 2013
Specjalność:	strategiczne zarządzanie marką
Rok/Semestr:	II/4
Liczba godzin:	9,0
Nauczyciel:	Furtak Robert, dr
Forma zajęć:	ćwiczenia
Rodzaj zaliczenia:	zaliczenie na ocenę
Poziom trudności:	średnio zaawansowany
Wstępne wymagania:	Znajomość podstaw zarządzania marką.
Metody dydaktyczne:	<ul style="list-style-type: none">• ćwiczenia produkcyjne• metoda projektów• metoda przypadków
Zakres tematów:	<ul style="list-style-type: none">• Analiza czynników wpływających na reputację i wizerunek firmy.• Podmioty środowiska wewnętrznego i otoczenia firmy.• Ocena systemów identyfikacji wizualnej.• Planowanie działalności PR.• Kształtowanie relacji wewnętrznych.• Zarządzanie relacjami firmy z otoczeniem.• Relacje z mediami.• Zarządzanie sytuacją kryzysową.
Forma oceniania:	<ul style="list-style-type: none">• ćwiczenia praktyczne/laboratoryjne• obecność na zajęciach• realizacja projektu
Warunki zaliczenia:	Realizacja ćwiczeń, analiz przypadków i projektu praktycznego.
Literatura:	<ul style="list-style-type: none">• Altkorn J., Kształtowanie rynkowego wizerunku firmy, Wydawnictwo Akademii Ekonomicznej w Krakowie, Kraków 2002• Budzyński W., Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Poltex, Warszawa 2008• Budzyński W., Wizerunek firmy. Kreowanie, zarządzanie, efekty, Poltex, Warszawa 2002• Budzyński W., Wizerunek równoległy. Nowa szansa promocji firmy i marki, Poltex, Warszawa 2011• Rychter K.J., Chmielewski Z., Tworzydło D., Tożsamość wizualna. Znak, system, wizerunek, Wydawnictwo Newslime, Rzeszów 2012• Seitel F.P., Public relations, w praktyce, Felberg, Warszawa 2003• Wojcik K., Public relations, Placet, Warszawa 2009
Dodatkowe informacje:	www.robertfurtak.pl