Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Zarządzanie wizerunkiem instytucji kultury (Ćw. audytoryjne), PG_00201848						
Kierunek studiów	Zarządzanie i komunikacja w sztukach scenicznych (O)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.		Rok akademicki realizacji przedmiotu	2027/2028			
Poziom kształcenia	II stopnia		Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki			
Forma studiów	stacjonarne		Sposób realizacji	na uczelni			
Rok studiów	2		Język wykładowy	polski			
Semestr studiów	3		Liczba punktów ECTS	3.0			
Profil kształcenia	ogólnoakademicki		Forma zaliczenia	egzamin			
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Filologiczny -> Instytut Filologii Polskiej -> Zakład Dramatu, Teatru i Widowisk						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	dr Tomasz Dryl					
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						

Aktywność studenta i liczba godzin pracy					
	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15	2.0	59.0	76

Cel przedmiotu	
	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z istotą, uwarunkowaniami i podstawowymi narzędziami kształtowania i zarządzania wizerunkiem organizacji z uwzględnieniem specyfiki instytucji kultury

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[ZKWSSMU2_U10] W sposób poprawny posługuje się terminologią z dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakości, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia.	W sposób poprawny posługuje się terminologią z zakresu kreowania wizerunku instytucji, jasno i komunikatywnie wyraża swój punkt widzenia.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_W08] Ma pogłębioną wiedzę na temat otoczenia przedsiębiorstwa, jego czynników i zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie przedsiębiorstwa. Posiada szeroką wiedzę w zakresie narzędzi diagnozowania makro- i mikrootoczenia.	Ma rozszerzoną wiedzę na temat otoczenia instytucji kultury i sztuki, zachodzących w tym obszarze zmian, a także na temat relacji, znaczenia i wpływu otoczenia i interesariuszy na funkcjonowanie instytucji kultury i sztuki	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_K08] Jest gotów do uzupełniania i poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki, oraz ma świadomość krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści.	Ma świadomość uzupełniania i poszerzania zdobytej wiedzy z zakresu kreowania wizerunku, łączyć wiedzę z marketingu, komunikacji, wiedzy o sztuce.	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_K07] Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w życiu zawodowym w sposób etyczny, zrównoważony i społecznie odpowiedzialny.	Ma świadomość i rozumie potrzebę zachowywania się w procesie komunikacji społecznej i kreowania wizerunku instytucji kultury i sztuki	[SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_U06] Potrafi poprawnie interpretować zjawiska społeczno-gospodarcze organizacji, bieżące wydarzenia w polityce gospodarczej, ekonomii, a także samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w zakresie zarządzania organizacją.	Potrafi poprawnie interpretować zjawiska wpływające na wizerunek organizacji i instytucji kultury i sztuki	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_U07] Potrafi zastosować zdobytą wiedzę z zakresu nauk o zarządzaniu i jakości w praktyce zawodowej oraz kierować pracą zespołu i poprawnie współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach.	Potrafi zastosować zdobytą wiedzę z zakresu kreowania wizerunku instytucji kultury i sztuki w praktyce zawodowej oraz kierować pracą zespołu i poprawnie współdziałać z innymi osobami w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespołach.	[SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport
	[ZKWSSMU2_W02] Posiada pogłębioną wiedzę o powiązaniach nauk o zarządzaniu i jakości z rozmaitymi obszarami humanistyki oraz jest świadom problemów i możliwości badawczych wynikających z powiązania tych obszarów. Ma rozszerzoną wiedzę w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem dyscypliny nauk o zarządzaniu i jakością oraz rozumie ich relację z innymi naukami społecznymi.	Posiada pogłębioną wiedzę o powiązaniach nauki o marketingu i komunikacji z obszarami humanistyki oraz jest świadom problemów i możliwości badawczych wynikających z powiązania tych obszarów. Ma rozszerzoną wiedzę w zakresie nauk społecznych ze szczególnym uwzględnieniem kreowania wizerunku i komunikacji społecznej w tym PR.	[SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport

Treści przedmiotu

- Podstawowe pojęcia związane z zarządzaniem wizerunkiem organizacji: wizerunek, tożsamość, reputacja.
- Proces tworzenia wizerunku.
- Modele zarządzania wizerunkiem
- Narzędzia kreowania wizerunku instytucji
- Zintegrowana komunikacja marketingowa instytucji
- Marka instytucji. Brand book instytucji
- Całościowa identyfikacja wizualna instytucji

<table>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="3"></td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="3"><table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>projekt</td><td>50.0%</td><td>90.0%</td></tr>
<tr><td>obecność na zajęciach</td><td>80.0%</td><td>10.0%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td colspan="2">• E. Kocój, Szulborska-Łukaszewicz, J., Kędziora, A., Zarządzanie w sektorze kultury: między teorią a praktyką, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellonskiego. 2019
• K. Wojcik, Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Placet, Warszawa, 2009.
• W.Dryl, T. Dryl, U. Kęprowska, Nowe 4P marketingu, Cedewu Warszawa 2023.
• M. Bronowicz, Komunikacja wizerunkowa. PR, reklama, branding, 2015.
• I. Gałązkiewicz, Art Branding 2., OnePress, Warszawa 2023.</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td colspan="2">• Wróblewski Ł., (2019), Rola i znaczenie aktywności online użytkowników mediów społecznościowych w kształtowaniu wizerunku instytucji kultury, Zarządzanie w Kulturze, Tom 20, Numer 2, s. 221-239.
• Ryłko-Kurpiewska A., Łosiewicz M., (2019), Wybrane aspekty kształtowania wizerunku samorządowych instytucji kultury w Gdańsku. Zarządzanie w Kulturze, Tom 20 Numer 2, s. 241-256.
• Baczyńska-Hryhorowicz A., (2021), Wykorzystanie barw w kształtowaniu wizerunku instytucji kultury, Załącznik Kulturoznawczy, nr 8/2021, s. 449-472.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="3">-</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="3">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.