

Nazwa kierunku studiów:

Zarządzanie

Nazwa przedmiotu: Public relations

Poziom studiów: II stopnia

Forma studiów: Stacjonarne

Profil studiów: ogólnoakademicki

Nazwa przedmiotu: Public relations

Forma zajęć i punkty ECTS

	Liczba godzin	Punkty ECTS	Sposób zaliczenia
wykłady	30		egzamin
praca własna	30		
Razem	60	4	

Cele kształcenia

Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów i przekazanie im wiedzy z zakresu rozszerzonych pojęć, definicji i form public relations. Przedmiot ukazuje w układzie koherentnym problematykę public relations jako funkcję zarządzania organizacją, część komunikacji instytucji oraz promocję wizerunku. Wskazuje na współczesne narzędzia PR i możliwości ich stosowania, także w ujęciu praktycznym, co wyposaża studentów w konkretne umiejętności zastosowania tych narzędzi, a także pogłębia ich kompetencje społeczne z zakresu komunikacji, prezentacji i budowy wizerunku.

Efekty uczenia się

Kategoria: WIEDZA		
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	OPIS EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO
P_W1	Student ma pogłębioną wiedzę na temat istoty public relations, jego znaczenia jako funkcji zarządzania	
P_W2	Potrafi zidentyfikować i zastosować zaawansowane narzędzia public relations,, dostosować je do zmieniających się potrzeb instytucji	
P_W3	Zna zaawansowane techniki komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w tym komunikacji z mediami i ich wpływ na funkcjonowanie instytucji	
Kategoria: UMIEJĘTNOŚCI		
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	OPIS EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO
P_U1	Rozumie wpływ rodzaju kreowanego wizerunku na rozwój instytucji, jego sukces bądź porażkę	
P_U2	Potrafi zastosować odpowiednie narzędzia PR w odniesieniu do szerszego rozumienia potrzeb instytucji, dostosowanych do jego strategii	
P_U3	Potrafi formułować dłuższe wypowiedzi przed kamerą, podczas konferencji prasowej oraz napisać notatkę informacyjną na tematy bardziej złożone	
Kategoria: KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	OPIS EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO
P_K1	Potrafi formułować bardziej zaawansowane i skomplikowane opinie (sądy) w sprawach dotyczących roli narzędzi public relations w procesie kreowania wizerunku firmy, a także szerzej - w procesie zarządzania firmą	
P_K2	Rozumie rolę komunikacji oraz potrzebę pracy zespołowej w podejmowaniu działań na rzecz budowania wizerunku instytucji	

Treści programowe przedmiotu

NUMER	OPIS ZAGADNIENIA	FORMA ZAJĘĆ	LICZBA GODZIN
1	Funkcje i cele public relations w kontekście zarządzania	wykłady	4 / 4
2	Strategia public relations - jej rola i znaczenie dla instytucji, elementy strategii, tworzenie strategii	wykłady	5 / 5
3	Zaawansowane narzędzia PR (klasyczne i nowoczesne, w tym e-PR), wizerunek wewnętrzny oraz zewnętrzny organizacji, rola komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej	wykłady	5 / 5
4	Wizerunek organizacji jako element sprawnego zarządzania, rodzaje wizerunku, metody jego budowania	wykłady	4 / 4
5	Zaawansowane narzędzia komunikacji - w tym media relations, umiejętność prezentowania dłuższych wypowiedzi medialnych - pisemnych i ustnych	wykłady	6 / 6
6	Zaawansowane strategie komunikacji w kryzysie	wykłady	6 / 6

Warunki zaliczenia

WYKŁADY

FORMA ZALICZENIA	WAGA FORMY ZALICZENIA
Egzamin	70
Praca na zajęciach	30

Metody kształcenia

- analityczna
- dyskusja
- omawianie "opisów przypadków"
- wykład multimedialny
- wykład problemowy
- Wykłady prowadzone metodą aktywizującą
- praca zespołowa

Literatura przedmiotu (obowiązkowa)

- A. Antczak-Barzan. B. Antczak. Jak stworzyć pozytywny wizerunek, zyskać przychylność i spełnić oczekiwania klienta? Podstawy marketingu i public relations 2014
- J. Olędzki. Public relations w komunikowaniu społecznym i marketingu 2010
- W. Budzyński. Public relations. Zarządzanie reputacją firmy 2006
- K. Wojcik. Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem 2009

Literatura przedmiotu (uzupełniająca)

- A. Murdoch. Prezentacje i wystąpienia w public relations 2004

Odniesienie efektów przedmiotowych do efektów kierunkowych, treści kształcenia, metod weryfikacji

SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO TREŚCI KSZTAŁCENIA (NAUCZANIA)	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO METODY WERYFIKACJI
WIEDZA			
P_W1		1 2	udział w egzaminie udział w dyskusji
P_W2		3	udział w egzaminie udział w dyskusji
P_W3		3 5 6	udział w egzaminie udział w dyskusji
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO TREŚCI KSZTAŁCENIA (NAUCZANIA)	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO METODY WERYFIKACJI
UMIEJĘTNOŚCI			
P_U1		2 4	udział w egzaminie udział w dyskusji
P_U2		3 6	udział w egzaminie udział w dyskusji
P_U3		5	wypowiedź ustna wypowiedź pisemna
SYMBOL EFEKTU UCZENIA SIĘ	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO EFEKTU KIERUNKOWEGO	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO TREŚCI KSZTAŁCENIA (NAUCZANIA)	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO METODY WERYFIKACJI
KOMPETENCJE SPOŁECZNE			
P_K1		2 3 6	udział w dyskusji
P_K2		4 5 6	udział w dyskusji