



### KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	Z-EKO2-U-207
Nazwa przedmiotu	Public relations
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Public relations
Obowiązuje od roku akademickiego	2022/2023

### USYTUOWANIE MODUŁU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	EKONOMIA
Poziom kształcenia	II stopień
Profil studiów	Praktyczny
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Organizacji
Koordinator przedmiotu	Dr Joanna Radowicz
Zatwierdził	Dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

### OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

Przynależność do grupy/bloku przedmiotów	Przedmiot kierunkowy
Status przedmiotu	Obowiązkowy
Język prowadzenia zajęć	Polski
Usytuowanie modułu w planie studiów - semestr	Semestr II
Wymagania wstępne	Podstawy marketingu
Egzamin (TAK/NIE)	NIE
Liczba punktów ECTS	1

Forma prowadzenia zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	15				

**EFEKTY UCZENIA SIĘ**

Kategoria	Symbol efektu	Efekty kształcenia	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Student zna podstawowe pojęcia związane z PR, czynniki konstytuujące PR; cechy specyficzne PR jako formę komunikowania społecznego.	EKO2_W01 EKO2_W03
	W02	Student zna hierarchiczność celów w planowaniu PR; rodzaje planów i różnice między nimi. Student zna rolę PR w tworzeniu wizerunku, wiarygodności i zaufania organizacji, ma świadomość wpływu na wizerunek.	EKO2_W01 EKO2_W02 EKO2_W03
	W03	Student poznaje najważniejsze dziedziny możliwych funkcji w PR w organizacji tj. w zarządzaniu kryzysami, problemami oraz w systemie komunikowania się organizacji z otoczeniem oraz systemie komunikacyjnym organizacji.	EKO2_W03
Umiejętności	U01	Student potrafi – w oparciu o znajomość zasad profesjonalnych - dokonać krytycznej analizy zachowań komunikacyjnych/PR organizacji w sytuacji kryzysu według przypadku wskazanego przez wykładowcę, case study.	EKO2_U01
	U02	Student potrafi samodzielnie opracować ogólnowizerunkowy program PR z zachowaniem profesjonalnej procedury badań sytuacji wyjściowej	EKO2_U02 EKO2_U03
	U03	Student potrafi podjąć próbę skonstruowania wystąpienia publicznego przy uwzględnieniu konkretnego celu wystąpienia.	EKO2_U02
Kompetencje społeczne	K01	Ma świadomość wpływu otoczenia na warunki funkcjonowania organizacji; Rozumie znaczenie wpływu wizerunku/ reputacji/ renomy na efektywność wyników i społeczną organizację - nie tylko biznesowych.	EKO2_K02 EKO2_K05
	K02	Student potrafi stworzyć projekt profesjonalnych/optimalnych zachowań organizacji zagrożonej kryzysem (antycypowanie kryzysu), case study.	EKO2_K03 EKO2_K05
	K03	Potrafi dostrzegać w działalności komunikacyjnej informacyjnej w PR niebezpieczeństw wprowadzania odbiorców w błąd i wie jak zjawisko ograniczać; Ma świadomość niebezpieczeństw, jakie dla etyczności PR stanowi niewłaściwe podporządkowanie działu PR w strukturze organizacyjnej.	EKO2_K01 EKO2_K02

**TREŚCI PROGRAMOWE**

Forma zajęć	Treści programowe
wykład	1. Podstawowa sfera pojęciowa, cechy oraz funkcje PR.
	2. Wizerunek jako podstawowy cel działań public relations.
	3. Instrumenty PR w obszarze komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej.
	4. Współpraca z mediami jako gałąź PR.
	5. Narzędzia PR w Internecie.
	6. Projektowanie działań PR.
	7. Kryzysowe PR.

**METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ**

Symbol efektu	Metody sprawdzania efektów kształcenia					
	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Kolokwium	Projekt	Sprawozdanie	Inne
W01						X
W02						X
W03						X
U01						X
U02						X
U03						X
K01						X
K02						X
K03						X

**FORMA I WARUNKI ZALICZENIA**

Forma zajęć	Forma zaliczenia	Warunki zaliczenia
wykład	zaliczenie z oceną	Uzyskanie co najmniej oceny dostatecznej z pisemnej pracy na temat zadany przez prowadzącego zajęcia wykładowe.

## NAKŁAD PRACY STUDENTA

Bilans punktów ECTS							
Lp.	Rodzaj aktywności	Obciążenie studenta					Jednostka
		W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	15					h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2					h
3.	<b>Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego</b>	<b>17</b>					h
4.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego</b>	<b>0,7</b>					ECTS
5.	<b>Liczba godzin samodzielnej pracy studenta</b>	<b>8</b>					h
6.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy</b>	<b>0,3</b>					ECTS
7.	<b>Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym</b>	<b>0</b>					h
8.	<b>Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym</b>	<b>0,0</b>					ECTS
9.	<b>Sumaryczne obciążenie pracą studenta</b>	<b>25</b>					h
10.	<b>Punkty ECTS za moduł</b> <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	<b>1</b>					ECTS

## LITERATURA

1. Wojcik K., *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wyd. Placet, Warszawa 2005, wyd. III, 2010, wyd. IV, stron 927; studentów obowiązują wybrane części wg podanego zakresu przedmiotowego
2. Bronowicz M., *Komunikacja wizerunkowa. Public relations, reklama, branding*, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2015.
3. Ołędzki J., Tworzydło D. (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, PWN, Warszawa 2010.
4. Kaczmarek-Śliwińska M., *Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się*, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2014.