



KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	studia stacjonarne:	Z-ZIP1-U-702c
	studia niestacjonarne:	Z-ZIPN1-U-702c
Nazwa przedmiotu	Public relations	
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Public Relations	
Obowiązuje od roku akademickiego	2023/2024	

USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

Kierunek studiów	ZARZĄDZANIE I INŻYNIERIA PRODUKCJI
Poziom kształcenia	I stopień
Profil studiów	Ogólnoakademicki
Forma i tryb prowadzenia studiów	Studia stacjonarne i niestacjonarne
Zakres	Wszystkie zakresy
Jednostka prowadząca przedmiot	Katedra Zarządzania i Marketingu
Koordinator przedmiotu	dr hab. inż. Agnieszka Piotrowska-Piątek, prof. PŚk dr Joanna Radowicz
Zatwierdził	dr hab. inż. Dariusz Bojczuk, prof. PŚk

OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

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

Forma prowadzenia zajęć		wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	inne
Liczba godzin w semestrze	studia stacjonarne:	15				
	studia niestacjonarne:	9				

EFEKTY UCZENIA SIĘ

Kategoria	Symbol efektu	Efekty uczenia się	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01	Student poznaje podstawowe pojęcia i zagadnienia związane z PR; zna narzędzia PR i ich właściwości.	ZIP1_W13
	W02	Student zna zasady wykorzystywania i tworzenia narzędzi PR; zna znaczenie wystąpień publicznych w kształtowaniu wizerunku oraz potrafi podjąć próbę zbudowania własnego wystąpienia.	ZIP1_W13
	W03	Student poznaje najważniejsze dziedziny możliwych funkcji w PR w organizacji	ZIP1_W13
Umiejętności	U01	Na podstawie przedłożonego case study dotyczącej zachowania się organizacji w sytuacji kryzysowej Student potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do wielokryteriowej oceny profesjonalizmu ww. zachowania, z powołaniem się na poszczególne zasady optymalizacyjne, w tym hierarchie zagadnień, którymi powinien zainteresować media i opinie publiczną.	ZIP1_U01
	U02	Student potrafi samodzielnie opracować ogólnowizerunkowy program. PR z zachowaniem profesjonalnej procedury badań sytuacji wyjściowej, a następnie sformułowania celu strategicznego, doboru grup celowych, celów operacyjnych, zadań/technik komunikowania, misji, sloganu firmowego, opcji na wypadek kryzysu, zaleceń do komunikowania.	ZIP1_U06
	U03	Student potrafi podjąć próbę zbudowania skonstruowania własnego wystąpienia publicznego przy uwzględnieniu konkretnego celu wystąpienia i zasad kształtowania trzech podstawowych części; potrafi napisać komunikat prasowy według co najmniej dwóch modeli: depeuszowego i blokowego, ustalając — na podstawie case study — główny news, zachowując wszystkie elementy strony formalnej	ZIP1_U04
Kompetencje społeczne	K01	Student ma świadomość wpływu otoczenia na warunki funkcjonowania organizacji; rozumie znaczenie wpływu wizerunku/ reputacji/ renomy na efektywność wynikową i społeczną organizacji - nie tylko biznesowych.	ZIP1_K03 ZIP1_K05
	K02	Student potrafi opracować projekt profesjonalnych/optimalnych zachowań organizacji zagrożonej kryzysem.	ZIP1_K04
	K03	Student ma świadomość, iż punktem wyjścia do podjęcia działań public relations jest jakość przedmiotowego działania, konieczność stosowania zasad: prawdy, rzetelności i otwartości informacyjnej oraz partnerskiego traktowania otoczenia; jego postawę praktyczną wyraża przekonanie, że etyka jest elementem profesjonalizmu w PR.	ZIP1_K03

TREŚCI PROGRAMOWE

Forma zajęć	Treści programowe

wykład	<ol style="list-style-type: none"> 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 <i>(zaznaczyć X)</i>					
	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
		studia stacjonarne					studia niestacjonarne					
		W	C	L	P	S	W	C	L	P	S	
1.	Udział w zajęciach zgodnie z planem studiów	15					9					h
2.	Inne (konsultacje, egzamin)	2					2					h
3.	Razem przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	17					11					h
4.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje przy bezpośrednim udziale nauczyciela akademickiego	0,7					0,4					ECTS
5.	Liczba godzin samodzielnej pracy studenta	8					14					h
6.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach samodzielnej pracy	0,3					0,6					ECTS
7.	Nakład pracy związany z zajęciami o charakterze praktycznym	0					0					h
8.	Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym	0,0					0,0					ECTS
9.	Sumaryczne obciążenie pracą studenta	25					25					h
10.	Punkty ECTS za moduł <i>1 punkt ECTS=25 godzin obciążenia studenta</i>	1										ECTS

LITERATURA

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