

SYLABUS ZAJ /GRUPY ZAJ

Dane ogólne:

| | | | | | |
|----------------------------|-----------------------------------|--------------|---------------|-------------------|------|
| Jednostka organizacyjna: | Katedra Ekonomii | | | | |
| Kierunek studiów: | Ekonomia | | | | |
| Specjalno /Specjalizacja: | | | | | |
| Nazwa zaj / grupy zaj : | Public relations | | | | |
| Course / group of courses: | Public Relations | | | | |
| Forma studiów: | niestacjonarne | | | | |
| Nazwa katalogu: | WAE-EK-II-21/22Z - Niestacjonarne | | | | |
| Nazwa bloku zaj : | | | | | |
| Kod zaj /grupy zaj : | 152973 | Kod Erasmus: | | | |
| Punkty ECTS: | 3 | Rodzaj zaj : | | fakultatywny | |
| Rok studiów: | 1 | Semestr: | | 1 | |
| Rok | Semestr | Forma zaj | Liczba godzin | Forma zaliczenia | ECTS |
| 1 | 1 | | 10 | Zaliczenie z ocen | 2 |
| | | W | 10 | Zaliczenie z ocen | 1 |
| Razem | | | 20 | | 3 |
| Koordinator: | dr in . Wojciech Sroka | | | | |
| Prowadz cy zaj cia: | | | | | |
| J zyk wykładowy: | semestr: 1 - j zyk polski | | | | |

Obja nienia:

Rodzaj zaj : obowi zkowe, do wyboru.

Forma prowadzenia zaj : W - wykład, - wiczenia audytoryjne, L - lektorat, S – seminarium/ zaj cia seminaryjne, P - wiczenia praktyczne (w tym zaj cia wf), M - wiczenia specjalistyczne (medyczne/ kliniczne), LO – wiczenia laboratoryjne, LI - laboratorium informatyczne, ZTI - zaj cia z technologii informacyjnych, P – wiczenia projektowe, ZT – zaj cia terenowe, T - wiczenia terenowe na obozach programowych, SK - samokształcenie (i inne), PR - praktyka zawodowa

Dane merytoryczne

| Wymagania wst pne: | | | |
|-------------------------------|--|---------------------------------|--------------------------------------|
| Znajomo podstaw komunikowania | | | |
| Szczegółowe efekty uczenia si | | | |
| Lp. | Student, który zaliczył zaj cia, zna i rozumie/potrafi/jest gotowy do: | Kod efektu dla kierunku studiów | Sposób weryfikacji efektu uczenia si |
| 1 | potrafi twórczo interpretowa informacje, dobiera odpowiednie sposoby komunikowania si z otoczeniem; potrafi selekcjonowa informacje oraz w interesuj cy, twórczy sposób prezentowa posiadane informacje | EK2_W01 | kolokwium |
| 2 | zna i rozumie poj cie public relations, znaczenie PR w prowadzeniu odpowiedzialnego i etycznego biznesu i wpływu PR na wizerunek firmy; zna i rozumie zasady ochrony własno ci technologicznej, prawa autorskiego i informacji niejawnych; | EK2_W06 | kolokwium |
| 3 | potrafi praktycznie wykorzysta wiedz w podejmowaniu odpowiedzialnych decyzji zwi zanych z wyborem informacji i przygotowaniem prezentacji medialnych | EK2_U06 | dyskusja, wykonanie zadania |

| | | | |
|--|---|---------|------------------------------|
| 4 | posiada umiejętność planowania i organizowania spotkań z otoczeniem biznesu | EK2_U13 | dyskusja, wykonanie zadania |
| 5 | ma wiadomości konieczne do poszerzania wiedzy i uaktualniania informacji w nych w prowadzeniu odpowiedzialnego, etycznego biznesu i kontaktach z otoczeniem | EK2_K01 | dyskusja, obserwacja zachowa |
| 6 | wykazuje gotowość do współpracy z zespołem, inspirowania innych do konstruktywnych dyskusji i artykułowania propozycji usprawnień w kontaktach z otoczeniem biznesu | EK2_K03 | dyskusja, obserwacja zachowa |
| 7 | przejawia inicjatywę w procesie planowania i organizowania spotkań z otoczeniem biznesu; | EK2_K04 | dyskusja, obserwacja zachowa |
| Stosowane metody osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się (metody dydaktyczne) | | | |
| metody podające (wykład z wykorzystaniem prezentacji PP), metody problemowe (case study; burza mózgów, prezentacja, dyskusja sokratyjska), metody praktyczne (projekt) | | | |
| Kryteria oceny i weryfikacji efektów uczenia się | | | |
| wiedza: ocena kolokwium (ocena pisemnego kolokwium, testu zaliczeniowego) | | | |
| umiejętności: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) ocena wykonania zadania (przygotowanie prezentacji, projektu PR) | | | |
| kompetencje społeczne: ocena dyskusji (ocena udziału w dyskusji) obserwacja zachowa (obserwacja zachowa indywidualnych i zespołowych pod kątem kompetencji społecznych) | | | |
| Warunki zaliczenia | | | |
| Wykład: sprawdzian pisemny zawierający pytania zamknięte i/lub otwarte. wzyczenia: ocena aktywności studenta/ udziału w dyskusji oraz ocena przygotowanych projektów PR. Zasady ustalania ocen: 1. Ocena niedostateczna (2,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie co najmniej jednej z trzech składowych (W,U lub K) przedmiotowych efektów uczenia się student nie zrealizował zakładanych efektów. 2. Ocena dostateczna (3,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty uczenia się oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 51 - 60%. 3. Ocena ponad dostateczna (3,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 61 - 70%. 4. Ocena dobra (4,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 71 - 80%. 5. Ocena ponad dobra (4,5): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 81 - 90%. 6. Ocena bardzo dobra (5,0): wystawiana jest wtedy, jeżeli w zakresie każdej z trzech składowych (W,U lub K) student zrealizuje zakładane efekty oraz opanuje obowiązujący materiał przynajmniej w 91%. | | | |
| Treści programowe (opis skrócony) | | | |
| Przedmiot public relations pozwala studentowi na pozyskanie wiedzy z zakresu zasad relacji podmiotu gospodarczego/społecznego z otoczeniem, w którym ten podmiot działa; a także z zasadami kreowania wizerunku firmy. Zajęcia praktyczne pozwalają na wykorzystanie wiedzy w tworzeniu projektu planu komunikacji wybranej firmy z jej otoczeniem, a także w przygotowaniu przykładowych prezentacji PR w zakresach: relacje z inwestorami; społeczność lokalna; mediami; relacje wewnętrzne (komunikacja wewnętrzna); organizacja eventów; monitoring mediów (tradycyjnych i elektronicznych); | | | |
| Content of the study programme (short version) | | | |
| Treści programowe | | | |
| | | | Liczba godzin |
| Semestr: 1 | | | |
| Forma zajęć: wykład | | | |
| 1. Wprowadzenie do problematyki przedmiotu; 2. Geneza public relations. 3. Definicje public relations. 4. Cele, funkcje i rola PR w zarządzaniu przedsiębiorstwem. 5. Zasady i etyka w PR. 6. PR jako narzędzie marketingowe budujące pozytywny wizerunek przedsiębiorstwa. 7. Wizerunek versus tożsamość firmy. Sposoby realizowania PR w firmie. 8. Planowanie i programowanie PR. 9. Zewnętrzne agencje PR. | | | 10 |

| | |
|---|----|
| Forma zaj : wiczenia audytoryjne | |
| wiczenia projektowe Funkcje komunikacyjne PR – tworzenie komunikatów informacyjnych i listów biznesowych skierowanych do wewn trz firmy oraz do otoczenia zewn trznego (struktura komunikatów i przykładowe tre ci wynikaj ce z zakresu działalno ci firmy); budowa struktury planu kształtowania i utrzymywania wi zi z otoczeniem biznesu; budowa projektu PR dla wybranego podmiotu gospodarczego (na podstawie case study); Przykładowe plany PR dostosowane do celów strategicznych wybranej firmy. | 10 |
| Literatura | |
| Podstawowa | |
| Budzy ski W., Public Relations. Wizerunek Reputacja To samo , Poltex 2018 | |
| Drzycimski A. (red.), Public relations – elementy wiedzy i praktyka, Wy sza Szkoła Zarz dzania i Prawa, Warszawa 2006 | |
| Ol dzki J., Tworzydło D., Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju, PWN, Warszawa 2008 | |
| Uzupełniaj ca | |

Dane jako ciowe

| Przyporzkowanie zaj /grup zaj do dyscypliny naukowej/artystycznej | | ekonomia i finanse |
|---|------------------------------|--------------------|
| Sposób okre lenia liczby punktów ECTS | | |
| Forma nakładu pracy studenta (udział w zaj ciach, aktywno , przygotowanie sprawozdania, itp.) | Obci enia studenta [w godz.] | |
| Udział w zaj ciach | 20 | |
| Konsultacje z prowadz cym | 3 | |
| Udział w egzaminie | 0 | |
| Bezpo redni kontakt z nauczycielem - inne | 2 | |
| Przygotowanie do laboratorium, wicze , zaj | 25 | |
| Przygotowanie do kolokwiiów i egzaminu | 20 | |
| Indywidualna praca własna studenta z literatur , wykładami itp. | 5 | |
| Inne | 0 | |
| Sumaryczne obci enie prac studenta | 75 | |
| Liczba punktów ECTS | | |
| Liczba punktów ECTS | 3 | |
| Zaj cia wymagaj ce bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego | L. godzin | ECTS |
| | 25 | 1,0 |
| Zaj cia o charakterze praktycznym | L. godzin | ECTS |
| | 40 | 1,6 |

1 godz = 45 minut; 1 punkt ECTS = 25-30 godzin

W sekcji 'Liczba punktów ECTS' suma punktów ECTS zaj wymagaj cych bezpo redniego udziału nauczyciela akademickiego i o charakterze praktycznym mo e si ró ni od ł cznej liczby punktów ECTS dla zaj /grup zaj .