

1.1.1 Public Relations

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE			
PUBLIC REALATIONS			Kod przedmiotu: ZP_PS8, HiM_PS8
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:		Wydział Zamiejscowy w Ostrowie Wielkopolskim Społecznej Akademii Nauk w Łodzi	
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:		Zarządzanie, studia I stopnia	
Profil kształcenia:		OGÓLNOAKADEMICKI	
Nazwa specjalności:		Zarządzanie przedsiębiorstwem, Handel i marketing	
Język wykładowy: polski	Rodzaj modułu kształcenia: (wskazać właściwe)	specjalnościowy, fakultatywny powiązany z prowadzonymi badaniami naukowymi o charakterze praktycznym	
Rok: III	Semestr: VI	ECTS: 3	Data aktualizacji sylabusu: maj 2015
ECTS (bezpośredni udział):		W tym ECTS za zajęcia aktywizujące:	
Stacjonarne: 1,5	Niestacjonarne: 1	Stacjonarne: 1,5	Niestacjonarne: 1
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		<p>Wiedza: Znajomość zagadnień z zakresu promocji marketingowej i jej elementów składowych.</p> <p>Umiejętności: Krytyczne posługiwanie się literaturą przedmiotu, korzystanie ze źródeł internetowych, potoczna obserwacja promocji-mix na rynku wewnętrznym.</p> <p>Kompetencje społeczne: Praca w zespole, prezentowanie efektów pracy własnej i zespołowej.</p>	
Forma prowadzenia zajęć i metody dydaktyczne:		Konwersatorium: prezentacja multimedialna, pytania, dyskusja.	
Forma i kryteria zaliczania przedmiotu (wskazać właściwe):		<p>Zaliczenie w formie: Prezentacja – PR w praktyce – na przykładzie wybranej organizacji oraz ustny – test wiedzy zbudowany z 80% pytań otwartych i 20% zamkniętych. Kryteria oceny: Test: - 60% poprawnych odpowiedzi na ocenę dostateczną, - 70% poprawnych odpowiedzi – ocena dostateczna plus, - 80% poprawnych odpowiedzi – ocena dobra, - 90% poprawnych odpowiedzi – ocena dobra plus, - 100% poprawnych odpowiedzi – ocena bardzo dobra.</p> <p>Prezentacja: – przygotowanie i wygłoszenie prezentacji/referatu - ocena dostateczna, – przygotowanie i wygłoszenie prezentacji/referatu oraz znajomość literatury źródłowej - ocena dostateczna plus, – przygotowanie i wygłoszenie prezentacji/referatu, znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych - ocena dobra, – przygotowanie i wygłoszenie prezentacji/referatu, znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania; aktywność dyskusyjna w ramach realizacji case study - ocena dobra plus, przygotowanie i wygłoszenie prezentacji/referatu/ znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, aktywność dyskusyjna w ramach realizacji case study kreatywność i pomysłowość proponowanych rozwiązań - ocena bardzo dobra.</p>	

	Ocena sumująca: — 50% ocena z testu — 50% ocena z prezentacji.		
Katedra (Zakład) odpowiedzialna za przedmiot:	Katedra Zarządzania		
Osoba koordynująca przedmiot:	Dr Modesta Grad		
II. WYMIAR GODZINOWY ZAJĘĆ ORAZ INDYWIDUALNEJ PRACY WŁASNEJ STUDENTA			
Ogólna liczba godzin zajęć dydaktycznych na studiach stacjonarnych i niestacjonarnych z podziałem na formy:			
S t u d i a s t a c j o n a r n e		S t u d i a n i e s t a c j o n a r n e	
Wykład:		Wykład:	
Ćwiczenia:		Ćwiczenia:	
Konwersatorium:	30	Konwersatorium:	18
Laboratorium:		Laboratorium:	
Ćwiczenia projektowe:		Ćwiczenia projektowe:	
Warsztaty:		Warsztaty:	
Seminarium:		Seminarium:	
Zajęcia terenowe:		Zajęcia terenowe:	
Praktyki:		Praktyki:	
Konsultacje przedmiotowe:		Konsultacje przedmiotowe:	
Egzaminy i zaliczenia w sesji	3	Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Inna forma (jaka):		Inna forma (jaka):	
RAZEM:	33	RAZEM:	20
Praca własna studenta (PWS):	42	Praca własna studenta (PWS):	55
RAZEM z PWS:	75	RAZEM z PWS:	75
Sumaryczne obciążenie pracą studenta wg form aktywności:			
Forma aktywności:	Szacowana liczba godzin potrzebnych na zrealizowanie aktywności:		
	studia stacjonarne	studia niestacjonarne	
Godziny realizowane w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem akademickim:	33	20	
Praca własna studenta / związana z prowadzonymi badaniami naukowymi:	42	55	
Przygotowanie się do zajęć	10	10	
Przygotowanie esejów/prezentacji/referatów	12	20	
Wykonanie projektów			
Zapoznanie z literaturą podstawową	10	15	
Pisemna praca zaliczeniowa			
Przygotowanie do egzaminu			
Przygotowanie do zaliczenia	10	10	
SUMA:	75	75	
III. TREŚCI KSZTAŁCENIA			
Treści kształcenia (uszczegółowione, zaprezentowane z podziałem na poszczególne formy zajęć, opis szczegółowy poszczególnych bloków kształcenia):			
Konwersatorium:			
<ol style="list-style-type: none"> 1. Istota PR – przegląd określeń. 2. PR jako posługiwanie się informacją na wpływanie na opinie publiczną. 3. Ewolucja PR i jej uwarunkowania. 			

<p>4. PR a pojęcia pokrewne.</p> <p>5. HR, PA, CI, dziennikarstwo, propaganda, agitacja.</p> <p>6. Funkcje PR – syntetyczne: informacyjna, perswazyjna, konkurencyjna, stałej obecności rynkowej (i szczegółowe).</p> <p>7. Zróżnicowanie funkcji PR w aspekcie czasowym, model PR.</p> <p>8. Cele PR – ogólne i kierunkowe.</p> <p>9. Obszary zastosowań, znaczenie mediów w PR.</p> <p>10. Adresaci PR – grupy wewnętrzne, otoczenie bliższe, dalsze i doraźne.</p> <p>11. Instrumentarium PR i ich cechy.</p> <p>12. Praktyczne PR na rynku polskim.</p>		
IV. OBSZAROWE I KIERUNKOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA		
Kod wg KEK:	Wiedza:	Kod KRK:
K_W02	ma wiedzę elementarną na temat podstawowych rodzajów systemów społecznych i gospodarczych	S1A_W01, S1A_W02
K_W03	ma wiedzę na temat podstawowych relacji pomiędzy organizacjami a innymi instytucjami tworzącymi ich otoczenie w skali krajowej i międzynarodowej	S1A_W03
K_W04	zna podstawowe zasady i koncepcje teorii ekonomii w odniesieniu do funkcjonowania rynków oraz gospodarowania w warunkach ograniczonych zasobów	S1A_W02, S1A_W03, S1A_W09
Kod wg KEK:	Umiejętności:	Kod KRK:
K_U02	potrafi zastosować wybrane elementy wiedzy teoretycznej w określonym obszarze funkcjonalnym organizacji i pełnić funkcje specjalisty w tym zakresie	S1A_U06
K_U03	ma umiejętność stosowania wybranych elementów wiedzy specjalistycznej do współpracy z przedstawicielami innych obszarów funkcjonalnych w typowych sytuacjach zawodowych	S1A_U06
K_U06	potrafi formułować i analizować problemy w celu rozwiązywania praktycznych problemów występujących w organizacji	S1A_U02, S1A_U03
Kod wg KEK:	Kompetencje społeczne:	Kod KRK:
K_K01	posiada zdolność przekazywania i obrony własnych poglądów nie tylko w sprawach zawodowych	S1A_K02, S1A_K03, S1A_K04
K_K02	jest przygotowany do organizowania i kierowania (na poziomie podstawowym) pracą zespołów (projektowych, zadaniowych itp.) i organizacji w środowisku pracy i poza nim	S1A_K02
V. PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA WRAZ Z WERYFIKACJĄ EFEKTÓW KSZTAŁCENIA		Metoda (forma) weryfikacji
Wiedza: Student charakteryzuje funkcje PR; wskazuje adresatów działań PR – grupy wewnętrzne, jak: właścicieli akcjonariuszy firm, pracowników i ich rodzin; wymienia techniki wewnętrznego public relations, m. in. wydawnictwa firmowe, imprezy, wydarzenia specjalne, programy motywacyjne.		Prezentacja, test wiedzy, wypowiedź ustna
Umiejętności: Student ocenia techniki PR skierowane do otoczenia bliższego: konsumentów, dostawców, dystrybutorów, kooperantów, społeczności lokalnej oraz otoczenia dalszego: liderów opinii, mediów, dziennikarzy, różnego typu organizacji.		Prezentacja, test wiedzy, pytania problemowe
Kompetencje:		Prezentacja,

Student organizuje pracę zespołu, planuje strategie PR dla wybranej organizacji, ocenia rozwój branży (agencji) PR w Polsce.	udział w dyskusji
VI. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE	
Literatura podstawowa przedmiotu:	
<ul style="list-style-type: none"> – Adamska-Matuszyńska A., Public relations w jednostce samorządu terytorialnego, C.H. Beck, Warszawa 2011. – Kaczmarczyk M., Public relations szkół wyższych: model komunikowania się z otoczeniem w demokratycznej przestrzeni publicznej, WN „Śląsk”, Katowice 2013. – Rzemieniak M., Kamińska K., Wewnętrzne public relations w sytuacjach kryzysowych, Politechnika Lubelska, Lublin 2012. – Trzeciak S., Wizerunek publiczny w Internecie: kim jesteś e sieci, Helion, Gliwice 2015. – Wojcik K., Public relations: wiarygodny dialog z otoczeniem, Wolters Kluwer Business, Warszawa 2009. 	
Literatura uzupełniająca przedmiotu:	
<ul style="list-style-type: none"> – Hope E., Etyka w zawodzie specjalistów public relations, Difin, Warszawa 2013. – Kudry B., Olejniczak E. (red.), Komunikowanie publiczne: zagadnienia wybrane, U Ł, Łódź 2014. – Witek E., Komunikacja wizerunkowa, „Astrum”, Wrocław 2015. 	
Inne materiały dydaktyczne:	
<ul style="list-style-type: none"> – „Marketing i Rynek”, „Home&Market”, „Marketing w Praktyce”, źródła internetowe 	