

PUBLIC RELATIONS

Kod przedmiotu: PRS

Rodzaj przedmiotu: kierunkowy, obieralny

Specjalność: Marketing internetowy

Wydział: Informatyki

Kierunek: Informatyka

Poziom studiów: pierwszego stopnia

Profil studiów: praktyczny

Forma studiów: stacjonarna/niestacjonarna

Rok: 3

Semestr: 6

Formy zajęć i liczba godzin:

Forma stacjonarna

wyklady – 30

laboratorium – 45

Forma niestacjonarna

wyklady – 15

laboratorium – 20

Zajęcia prowadzone są w języku polskim.

Liczba punktów ECTS: 6

Osoby prowadzące:

wykład:

laboratorium:

1. Założenia i cele przedmiotu

Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy o roli public relations w szeroko pojętej praktyce gospodarczej oraz głównych metodach i sposobach ukierunkowania działań przedsiębiorstwa (organizacji) na proces komunikacji z otoczeniem, którego celem jest m.in. kształtowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa oraz zapewnianie mu przewagi konkurencyjnej, ze szczególnym uwzględnieniem komunikacji realizowanej poprzez nowe media elektroniczne.

Celem zajęć jest przygotowanie studenta do samodzielnego rozumienia zjawisk komunikacyjnych we współczesnej gospodarce, ich dynamicznego rozwoju i wpływu na wyniki i pozycję przedsiębiorstwa (organizacji) na rynku, znajomości i umiejętności zastosowania w praktyce instrumentów public relations, planowania i wdrażania strategii public relations w podstawowym zakresie.

2. Określenie przedmiotów wprowadzających wraz z wymaganiami wstępnymi:

Przedmioty wprowadzające to: Podstawy marketingu

3. Opis form zajęć

a) Wykłady

- **Treści programowe:**

- Podstawowe pojęcia i kluczowe koncepcje public relations
- Public relations w przedsiębiorstwach, instytucjach publicznych i organizacjach pozarządowych
- Funkcje i typy komunikacji
- Interesariusze w public relations
- Kreowanie wizerunku organizacji
- Zdobywanie poparcia społecznego
- Opinia publiczna i proces jej kształtowania
- Public relations a społeczna odpowiedzialność biznesu
- Public relations w Internecie

- **Metody dydaktyczne:**

Wykład prowadzony metodą tradycyjną z wykorzystaniem rzutnika multimedialnego, prezentujący aktualny stan wiedzy i uzupełniany studiami przypadków oraz z wykorzystaniem materiałów udostępnianych studentom w postaci elektronicznej.

- **Forma i warunki zaliczenia:**

Zaliczenie pisemne w formie testu wyboru, obejmujące najważniejsze zagadnienia z całości wykładów. Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest udzielenie poprawnej odpowiedzi na co najmniej połowę pytań testu.

- **Wykaz literatury podstawowej:**

1. Barlik J.: Doskonałe Public Relations. Teorie, kontrowersje, debaty. Warszawa: Poltext, 2020.
2. Budzyński W.: PR public relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość. Warszawa: Poltext, cop. 2018.
3. Kaczmarek-Śliwińska M.: Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się. Warszawa: Difin, 2015.

- **Wykaz literatury uzupełniającej:**

1. P. Levinson, *Nowe nowe media*, Wydawnictwo WAM, Kraków 2010
2. *Biblia e-biznesu* (praca zbiorowa), Helion, Gliwice 2013
3. D.M. Scott, *Nowe zasady marketingu i PR*, Oficyna a Wolters Kluwer Business, Warszawa 2009
4. A. Ries, L. Ries, *Upadek reklamy i wzlot public relations*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2004
5. J. Olędzki, D. Tworzydło (red.), *Public relations, znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006

b) Laboratorium

- **Treści programowe:**

- Podstawy projektowania komunikacji przedsiębiorstwa (organizacji) z otoczeniem
- Projektowanie strategii public relations wybranej marki

- Określanie głównej narracji i kluczowych komunikatów kierowanych do otoczenia
- Wybór mediów i kluczowych interesariuszy, realizacja działań PR
- Sytuacja kryzysowa w PR – przewidywanie i działania zaradcze w przypadku wystąpienia.
- **Metody dydaktyczne:**
 - Prezentacja treści i dyskusja moderowana.
 - Metoda problemowa – studium przypadku, burza mózgów.
 - Metoda laboratoryjna –ćwiczenia laboratoryjne z wykorzystaniem komputerów.
 - Pokaz z opisem
 - Pokaz z objaśnieniem
 - Zajęcia praktyczne
 - Prezentacje
- **Forma i warunki zaliczenia:**
 - Obecność na zajęciach oraz pozytywna ocena aktywności studenta podczas zajęć,
 - Zaangażowanie z realizację poszczególnych etapów zleconego zadania,
 - Warunkiem zaliczenia jest terminowa realizacja ustalonego zadania i uzyskanie pozytywnej oceny z realizacji całości zadania.
- **Wykaz literatury podstawowej:**
 - Jak w przypadku wykładu.
- **Wykaz literatury uzupełniającej:**
 - Jak w przypadku wykładu.

4. Opis sposobu wyznaczania punktów ECTS

a. forma stacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Wykład	Kontakt z nauczycielem	30
	Czytanie wskazanej literatury	14
	Przygotowanie do egzaminu	10
Laboratorium	Kontakt z nauczycielem	45
	Opracowanie założeń	15
	Przygotowanie pracy końcowej	20
	Przygotowanie sprawozdania	10
Konsultacje	Kontakt z nauczycielem	3
Zal./Egzamin	Kontakt z nauczycielem	3

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	150
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	6

b. forma niestacjonarna

Forma zajęć	Formy aktywności studenta	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Wykład	Kontakt z nauczycielem	15

Laboratorium	Czytanie wskazanej literatury	19
	Przygotowanie do egzaminu	20
	Kontakt z nauczycielem	20
	Opracowanie założeń	20
	Przygotowanie pracy końcowej	30
	Przygotowanie sprawozdania	20
Konsultacje	Kontakt z nauczycielem	3
Zal./Egzamin	Kontakt z nauczycielem	3

Całkowita ilość godzin aktywności studenta	150
Liczba punktów ECTS dla modułu/przedmiotu	6

5. Wskaźniki sumaryczne

a. forma stacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 81
 - Liczba punktów ECTS – 3,2
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 45
 - Liczba punktów ECTS – 3,6

b. forma niestacjonarna

- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich
 - Liczba godzin kontaktowych – 41
 - Liczba punktów ECTS – 1,6
- liczba godzin dydaktycznych (tzw. kontaktowych) i liczba punktów ECTS na zajęciach o charakterze praktycznym.
 - Liczba godzin kontaktowych – 20
 - Liczba punktów ECTS – 3,6

6. Zakładane efekty uczenia się

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
PRS_W1	Student zna i rozumie rolę oraz znaczenie public relations jako ważnego składnika sukcesu przedsiębiorstwa (organizacji) na konkurencyjnym rynku oraz jego wkładu w proces komunikacji przedsiębiorstwa (organizacji) z otoczeniem. Ponadto zna i rozumie kluczowe obszary public relations, zwłaszcza w Internecie.	K_U01, K_U12
PRS_W2	Student zna i rozumie specyfikę działań public relations w stosunku do poszczególnych kategorii interesariuszy oraz zna i rozumie specyfikę działań komunikacyjnych w sieci.	K_U01, K_U12
PRS_U1	Student potrafi planować działania public relations oraz	K_U01,

	opracowywać strategię PR w podstawowym zakresie, w tym strategię komunikacyjną marki wybranego przedsiębiorstwa lub organizacji.	K_U12
PRS_U2	Student zna i potrafi stosować różnorodne narzędzia public relations, dostosowane do poszczególnych grup interesariuszy i klientów, zwłaszcza w obszarze komunikacji internetowej.	K_U01, K_U12
PRS_K1	Student będzie przygotowany do aktywnego włączenia się w planowanie i realizację działań public relations w podstawowym zakresie w przyszłej lub obecnej pracy zawodowej.	K_K01, K_K02

7. Odniesienie efektów uczenia się do form zajęć i sposób oceny osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Forma zajęć		Sposób sprawdzenia osiągnięcia efektu
	Wykład	Laboratorium	
PRS_W1	x		Test zaliczeniowy
PRS_W2	x		Test zaliczeniowy
PRS_U1	x	x	Ocena zadań podczas zajęć Weryfikacja pracy końcowej
PRS_U2	x	x	Ocena zadań podczas zajęć. Weryfikacja pracy końcowej
PRS_K1	x	x	Ocena aktywności studenta podczas zajęć. Weryfikacja pracy końcowej

8. Kryteria uznania osiągnięcia przez studenta efektów uczenia się.

Efekt przedmiotowy (Symbol)	Efekt jest uznawany za osiągnięty, gdy student:
PRS_W1	Odpowiedział na ponad 50% pytań testu wyboru
PRS_W2	Odpowiedział na ponad 50% pytań testu wyboru
PRS_U1	Poprawnie wykonuje zadania w czasie zajęć. Potrafi wyjaśnić elementy projektu
PRS_U2	Poprawnie wykonuje zadania w czasie zajęć. Potrafi wyjaśnić elementy projektu
PRS_K1	Poprawnie wykonuje zadania w czasie zajęć. W projektach lub podczas dyskusji w czasie zajęć zawiera elementy dotyczące najnowszych osiągnięć w danej dziedzinie.