



WYDZIAŁ: Nauk Ekonomiczno-Społecznych

KIERUNEK: Ekonomia

SPECJALNOŚĆ: EKON3

POZIOM KSZTAŁCENIA: studia I stopnia

FORMA KSZTAŁCENIA: niestacjonarne

PROFIL: praktyczny

KARTA PRZEDMIOTU

(Sylabus)

| | | | | | | |
|--|--|---------------|-------------------------|-----------------------|----------|-------------------|
| Nazwa przedmiotu: Public relations | | | | Punkty ECTS: 1 | | |
| Prowadzący: : zgodnie z obsadą i planem zajęć | | | | | | |
| Rok: 3 | Wykłady | Konwersatoria | Ćwiczenia laboratoryjne | Ćwiczenia | BUNA * | Forma zaliczenia* |
| Semestr: 5 | 0 | 0 | 0 | 27 | 0 | ZO |
| * E – egzamin; Z – zaliczenie; ZO – zaliczenie z oceną; BUNA – bez udziału nauczyciela akademickiego | | | | | | |
| Cel przedmiotu: <i>zaprezentowanie istoty procesu budowania pozytywnego i długofalowego wizerunku organizacji w warunkach konkurencyjności, wskazanie kluczowych elementów mających wpływ na kreowanie wizerunku, przedstawienie narzędzi budowania wizerunku organizacji w otoczeniu bliższym i dalszym.</i> | | | | | | |
| Metody dydaktyczne: <i>asymilacja wiedzy poprzez symulacje oraz dyskusje i praktycznie realizowane scenki – wystąpienie -konferencja prasowa, dementi, itp., CASE STUDY.</i> | | | | | | |
| Wymagania wstępne: <i>wiedza dotycząca marketingu oraz zarządzania organizacją.</i> | | | | | | |
| N r | Tematyka zajęć | | | | | |
| I | WYKŁADY: nie dotyczy | | | | | |
| II | KONWERSATORIA: nie dotyczy | | | | | |
| III | ĆWICZENIA LABORATORYJNE: nie dotyczy | | | | | |
| IV | ĆWICZENIA: <ol style="list-style-type: none">1. Podstawowa sfera pojęciowa i istotne cechy konstytuujące działalność PR. Działalność PR na tle innych elementów promocyjnych.2. Kryzysowe PR: pojęcie, źródła, typy kryzysów; profilaktyka antykryzysowa; rodzaje działań planistycznych na ewentualność sytuacji kryzysowej; optymalne zasady zachowań (komunikacyjnych) w kryzysie; występujące błędy; zalecenia do promocji marketingowej w okresie kryzysu.3. Współpraca z mediami jako gałąź PR: znaczenie, formy; typy materiałów gotowych do upowszechnienia w mediach oraz źródłowe; ogólne zasady zachowań wobec mediów; zasady i modele redagowania komunikatów prasowych; zasady wykorzystywania technik wykorzystujących słowo mówione (konferencje prasowe, wywiady).4. PR w sytuacji społecznie kontrowersyjnej inwestycji: przypadki z praktyki; konflikty realne i wykorzystywanie okazji do rozładowania emocji; specyfika w stosunku do kryzysu organizacyjnego i kryzysowego PR; etapy postępowania: analiza sytuacji z punktu widzenia grup konfliktu; program działań; strategia i taktyka komunikowania w stosunku do poszczególnych kategorii otoczenia; możliwe techniki komunikowania; włączenie otoczenia w proces planowania i realizacji Inwestycji oraz utrzymanie kontaktu komunikacyjnego z otoczeniem po zakończeniu inwestycji.5. Corporate Identity – wizerunek a tożsamość organizacji, elementy tożsamości organizacji, identyfikacja wizualna: cel i zasady; tworzenie tożsamości organizacji.6. Potencjalne funkcje PR w systemie komunikacyjnym organizacji: potrzeby informacyjno-komunikacyjne organizacji i nieodzowność stworzenia systemu zarządzania nimi, a co najmniej ich koordynowania; PR tradycyjnym, wyspecjalizowanym, profesjonalnym zarządcą komunikacyjnym lub co najmniej koordynatorem działań komunikacyjnych organizacji; przyczyny nie wykorzystania tej potencjalnej funkcji PR7. Potencjalne funkcje PR na rzecz zarządów organizacji: tradycyjnie przypisywane funkcje: | | | | | |



| | | | |
|---|---|--|--|
| | <p>wizerunkowa, kontaktowa, harmonizacyjna, prewencyjna; współcześnie najbardziej doceniana rola PR w zarządzaniu tzw. problemowym; możliwe funkcje PR na rzecz zarządów organizacji; przyczyny nie wykorzystania ww. możliwości PR w zarządzaniu leżące po stronie praktyków PR i zarządów.</p> <p>8. Efektywność i skuteczność działań z zakresu PR - organizacja eventów - rodzaje eventów, cele organizacji eventów, planowanie eventu, elementy zarządzania eventem, ocena efektywności, działania „po eventowe”, najczęściej popełniane błędy.</p> <p>9. Nowoczesne techniki PR i wykorzystywanie internetu w kampaniach komunikacyjnych – media relations w internecie, zarządzanie sytuacją kryzysową (<i>fake news</i>), pozycjonowanie strony, popularne serwisy społecznościowe.</p> | | |
| V | BUNA: nie dotyczy | | |
| Efekty uczenia się | | | |
| Efekty kierunkowe – symbol i wyszczególnienie | | | Efekty przedmiotowe – wyszczególnienie |
| w zakresie WIEDZY: | | | Student zna i rozumie pojęcia, prawa ekonomiczne i zjawiska gospodarcze oraz ich efekty występujące w działalności przedsiębiorstwa z ujęciem zagadnień związanych z PR. Identyfikuje narzędzia PR stosowane w poszczególnych obszarach. |
| P6U_W | P6S_WG | E1_W01 Posiada kompleksową wiedzę o miejscu ekonomii w systemie nauk, jej charakterze, metodologii i powiązanych z innymi dyscyplinami naukowymi, zna i rozumie podstawową terminologię nauk ekonomicznych wraz z zastosowaniem tej praktycznej wiedzy w działalności gospodarczej. | |
| P6U_W | P6S_WG | E1_W05 Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wiedzę o człowieku jako podmiocie tworzącym struktury ekonomiczne; zna reguły zachowania człowieka w zakresie zaspokajania potrzeb, ma elementarną wiedzę o zasadach i motywach działania człowieka w procesie tworzenia oraz realizacji zadań i zmian organizacyjnych tych struktur. Wie jak wiedzę zastosować w praktyce. | |
| P6U_W | P6S_WG | E1_W06 Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu sposoby zastosowania i analizę wyników wybranych | Omawia strategię i taktyki komunikowania w stosunku do poszczególnych kategorii otoczenia; zna możliwe techniki komunikowania. |



| | | | |
|--|----------------------------|---|---|
| | | narzędzi ilościowych w opisie faktów, obiektów i zjawisk dotyczących różnych obszarów funkcjonowania gospodarki i złożonych zależnościach, a także prognozowaniu przyszłych scenariuszy działalności gospodarczej i społecznej. | |
| P6U_W | P6S_WG | E1_W13 Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wiedzę z zakresu rachunkowości, sprawozdawczości i analizy finansowej, zarządzania finansami przedsiębiorstw, kontroli finansowej i audytu wewnętrznego oraz jej zastosowanie praktyczne w działalności zawodowej. | Omawia potencjalne funkcje PR dla znaczenia przedsiębiorczości podmiotów gospodarczych. |
| w zakresie <u>UMIEJĘTNOŚCI</u>: | | | |
| P6U_U | P6S_UW | E1_U02 Potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę teoretyczną i efektywnie oraz skutecznie pozyskiwać wiarygodne dane ze źródeł pierwotnych i wtórnych do analizowania konkretnych procesów i zjawisk gospodarczych w zakresie dyscyplin ekonomicznych. | Wykorzystuje możliwości PR w zarządzaniu. Potrafi prawidłowo interpretować i wyjaśniać zjawiska społeczne i kulturowe oraz wzajemne relacje między procesami zachodzącymi w różnych kulturach w odniesieniu do realizowania strategii public relations. |
| P6U_U | P6S_UW | E1_U03 Potrafi właściwie analizować i przygotować dokumentację księgowo-finansową do celów decyzyjno-ewidencyjnych oraz dokonać analizy i oceny zachodzących procesów i zjawisk ekonomiczno-społecznych. | Interpretuje mechanizmy funkcjonowania poszczególnych podmiotów rynkowych oraz analizuje i interpretuje podstawowe zjawiska przyczynowo-skutkowe w nich występujące. |
| P6U_U | P6S_UW P6S_UO P6S_UU | E1_U06 Potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się będąc świadomym dynamicznego rozwoju nauk, z wykorzystaniem | Formułuje praktyczne wnioski użyteczne w kontekście wykorzystania PR, prezentuje własne pomysły. Analizuje przyczyny nie wykorzystania funkcji PR w procesach gospodarczych. |



| | | | |
|--|----------------------------|---|---|
| | | zdobytej wiedzy ekonomicznej oraz praktycznych wniosków i doświadczeń specjalistycznych w samodzielnym realizowaniu zadań, a także prowadzeniu działalności gospodarczej i rozstrzyganiu dylematów pracy zawodowej. | |
| P6U_U | P6S_UW P6S_UK P6S_UO | E1_U07 Potrafi współpracować z innymi osobami w ramach prac zespołowych lub jako lider; bierze udział w analizach i ocenach alternatywnych rozwiązań problemów ekonomicznych i dobierać metody oraz instrumenty pozwalające racjonalnie je rozstrzygać i optymalizować. | Wykorzystuje standardowe narzędzia analizy ilościowej i jakościowej do prognozowania zjawisk gospodarczych, posiada umiejętność racjonalnego myślenia i wnioskowania oraz analizowania zjawisk marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem działu PR. |
| P6U_U | P6S_UW | E1_U09 Jest gotowy innowacyjnie wykonywać zadania oraz rozwiązywać złożone i nietypowe problemy w warunkach obciążonych ryzykiem i niepewnością, posługując się systemami normatywnymi, używając specjalistycznej terminologii | Potrafi przygotować wystąpienia ustne w zakresie PR w przedsiębiorstwie, działa w zespole. |
| w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH: | | | |
| P6U_K | P6S_KK P6S_KR | E1_K01 Jest gotów do krytycznej oceny poziomu swojej wiedzy; uznaje znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych oraz zasięga opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu. | Rozumie potrzebę wykorzystania funkcji PR w organizacji przedsiębiorstwa. Ma świadomość wpływu otoczenia na warunki funkcjonowania organizacji. Rozumie znaczenie wpływu wizerunku/ reputacji/ renomy na efektywność wynikową i społeczną organizacji. |



| | | | |
|-------|------------------|---|--|
| P6U_K | P6S_KR | E1_K03 Jest gotów do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów związanych z opracowywaniem, wdrażaniem, analizą i oceną procesów ekonomicznych w różnego rodzaju organizacjach oraz do zasięgania w tym zakresie opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym ich rozwiązaniem. | Określa priorytety służące wykreowaniu odpowiedniego wizerunku organizacji/zarządu. Prawidłowo diagnozuje źródła i typy kryzysów PR. Odważnie i merytorycznie wyraża poglądy na temat kreowania wizerunku. Stosuje zasady etycznego komunikowania. Samodzielnie uzupełnia i doskonali wiedzę dotyczącą PR w sytuacjach społecznie kontrowersyjnych. Wykorzystuje nowoczesne techniki i Internet w kampaniach komunikacyjnych. Przy kreowaniu wizerunku kieruje się etyką biznesu i społeczną odpowiedzialnością biznesu wobec organizacji i jej członków |
| P6U_K | P6S_KO P6S_KR | E1_K05 Rozumie problematykę etyczną w powiązaniu z realizowanymi zadaniami i działalnością gospodarczą, ma świadomość ważności działań profesjonalnych, zgodnych z zasadami etyki zawodowej i poszanowania różnorodności poglądów i kultur; dba o dorobek i tradycję zawodu | |
| P6U_K | P6S_KO P6S_KR | E1_K06 Potrafi myśleć w sposób przedsiębiorczy oraz umiejętnie komunikuje się z otoczeniem; dostosowuje się do nowych sytuacji i warunków, nabywa odporność na niepowodzenia i stres. | |

Sposoby weryfikacji efektów uczenia się (WIEDZA, UMIEJĘTNOŚCI, KOMPETENCJE SPOŁECZNE)

| Efekty(symbol) | Egzamin | Egzamin | Kolokwium | Esej/referat | Zadania, prace domowe | Prezentacja indywidualna | Prezentacja grupowa | Aktywność na zajęciach | Udział w dyskusji | Projekt indywidualny | Projekt grupowy |
|---|---------|---------|-----------|--------------|-----------------------|--------------------------|---------------------|------------------------|-------------------|----------------------|-----------------|
| E1_W01; E1_W05; E1_W06; E1_W13 | | | | | | | | X | X | X | |
| E1_U02 E1_U03, | | | | | | | | X | X | X | |

