



Kod przedmiotu	B2.18	Nazwa przedmiotu	<b>Public relations w administrowaniu biznesem</b>	
<b>Kierunek</b>			<b>Administracja - studia pierwszego stopnia</b>	
<b>Rodzaj przedmiotu lub modułu</b>			B. Moduł do wyboru, B2. Administracja w biznesie	
<b>Profil kształcenia (studiów)</b>		praktyczny		
<b>Specjalność</b>		2. Administracja w biznesie		
<b>Semestr</b>		5		
<b>Język prowadzenia zajęć</b>		Język polski		
<b>Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta</b>				
			Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
3. Konsultacje z nauczycielem			10	10
<b>Razem 1+2+3</b>			<b>40</b>	<b>28</b>
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)			-	-
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)			35	47
<b>Razem 4+5</b>			<b>35</b>	<b>47</b>
<b>SUMA 1+2+3+4+5</b>			<b>75</b>	<b>75</b>
<b>Łącznie punktów ECTS wg planu studiów</b>			<b>3</b>	
<b>Opis efektów uczenia się dla przedmiotu</b>				
	OPIS PRZEDMIOTOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ		SYMBOL EKK (odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się)	
<b>ma wiedzę – zna i rozumie:</b>				
<b>K_W01</b>	student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu PR;		<b>K_W01 K_W03 K_W02</b>	
<b>K_W02</b>	identyfikuje cele i odbiorców działań PR w administracji;		<b>K_W03 K_W04</b>	

		<b>K_W02</b>
<b>K_W03</b>	dobiera właściwą strategię działań PR w administracji;	<b>K_W08</b> <b>K_W02</b>
<b>K_W04</b>	wskazuje zasady i sposoby postępowania w sytuacjach kryzysowych;	<b>K_W03</b> <b>K_W09</b>
<b>ma następujące umiejętności – potrafi, umie:</b>		
<b>K_U05</b>	student analizuje funkcjonowanie różnych modeli PR;	<b>K_U01</b> <b>K_U03</b> <b>K_U15</b>
<b>K_U06</b>	klasyfikuje cele i odbiorców działań PR w administracji;	<b>K_U08</b> <b>K_U03</b>
<b>K_U07</b>	porównuje główne instrumenty działań PR w administracji;	<b>K_U09</b> <b>K_U03</b>
<b>K_U08</b>	projektuje strategię PR	<b>K_U05</b>
<b>posiada następujące kompetencje społeczne – ma świadomość i jest gotów do:</b>		
<b>K_K09</b>	student zachowuje ostrożność i krytycyzm w wyrażaniu opinii nt. funkcjonowania administracji publicznej;	<b>K_K01</b>
<b>Cele kształcenia</b>		
Zrozumienie istoty PR w administracji publicznej; poznanie ważniejszych aspektów działalności z tego zakresu. Studenci powinni dowiedzieć się, jakie możliwości stwarza ta działalność oraz jak należy ją planować, a następnie prowadzić. Nauczenie posługiwania się metodami, technikami i narzędziami stosowanymi w PR.		
<b>Treści kształcenia</b>		
<p><b>WYKŁADY:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Istota i funkcje public relations (PR). Podstawowe modele PR</li> <li>2. Cele, funkcje i odbiorcy działań PR w administracji</li> <li>3. Podstawowe instrumenty działań PR: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) media relations</li> <li>b) system informacji</li> <li>c) mecenat i sponsoring</li> <li>d) lobbying</li> </ol> </li> <li>4. Planowanie, organizacja i realizacja działań PR. Kreowanie obrazu administracji. Misja i wizja w procesie kształtowania wizerunku</li> <li>5. Funkcje i rola PR wewnętrznego. Narzędzia komunikacji wewnętrznej</li> <li>6. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Zarządzanie systemem identyfikacji (corporate identity – CI)</li> <li>7. Marketing w administracji. Działania promocyjne</li> <li>8. Kultura obsługi w administracji jako instrument kształtowania jej wizerunku</li> <li>9. Internetowe Wspólnoty Obywatelskie. Ocena skuteczności PR</li> </ol>		
<p><b>ĆWICZENIA:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Istota i funkcje public relations (PR). Podstawowe modele PR</li> <li>2. Cele, funkcje i odbiorcy działań PR w administracji</li> <li>3. Podstawowe instrumenty działań PR: <ol style="list-style-type: none"> <li>a) media relations</li> <li>b) system informacji</li> <li>c) mecenat i sponsoring</li> <li>d) lobbying</li> </ol> </li> <li>4. Kreowanie obrazu administracji. Misja i wizja w procesie kształtowania</li> </ol>		

- Wizerunku. Planowanie, organizacja i realizacja działań PR
5. Funkcje i rola PR wewnętrznego. Narzędzia komunikacji wewnętrznej
  6. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Zarządzanie systemem identyfikacji (corporate identity – CI)
  7. Marketing w administracji. Działania promocyjne
  8. Kultura obsługi w administracji jako instrument kształtowania jej wizerunku
  9. Internetowe Wspólnoty Obywatelskie. Ocena skuteczności PR

### Zalecana literatura

Literatura podstawowa:

- Flis J.: Samorządowe public relations. Kraków 2007.
- Giedroń K.: Public relations w administracji. Ostrołęka 2004.
- Knecht Z.: Public relations w administracji publicznej. Warszawa 2006.

Literatura uzupełniająca:

- Public relations w teorii i praktyce. Pod red. B. Ociepki. Wrocław 2003.
- Seitel F. P.: Public relations w praktyce. Warszawa 2003.
  - Szromik A.: Marketing terytorialny. Kraków 2007.
  - Szyfter J. P.: Public relations w Internecie. Gliwice 2005.

<b>Metody i formy prowadzenia zajęć</b>	<b>Tak (X) / nie</b>
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	X
Wykład informacyjny	
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	X
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	
Inne (jakie?) – .....	
<b>Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się</b>	<b>Tak (X) / nie</b>
Egzamin pisemny	

Egzamin ustny	
Zaliczenie pisemne na zakończenie zajęć	
Zaliczenie ustne na zakończenie zajęć	X
Kolokwium pisemne śródsesestralne	X
Kolokwium ustne śródsesestralne	
Test	
Praca pisemna	
Raport	
Prezentacja multimedialna	
Inne (jakie?) - .....	
<b>Uwagi prowadzącego</b>	
<b>Skala ocen i sposób ustalania ocen</b>	
Skala ocen:	Ocena ustalana jest na podstawie następującej skali:
niedostateczny (2)	Poniżej 55.00 % - ocena 2
dostateczny (3)	55.00 % i więcej - ocena 3
dostateczny plus (3,5)	60.00 % i więcej - ocena 3,5
dobry (4)	70.00 % i więcej - ocena 4
dobry plus (4,5)	80.00 % i więcej - ocena 4,5
bardzo dobry (5)	90.00 % i więcej - ocena 5