

1.	Nazwa kierunku	zarządzanie
2.	Cykl rozpoczęcia	2014/2015 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Public Relations

Kod modułu: 35-ZA-S1-LS-PUBREL

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
35-ZA-S1-LS-PUBREL_1	Student zna podstawowe pojęcia związane z komunikowaniem się zewnętrznym firmy, rozumie czym jest wizerunek i marka	Z1_W04	4
35-ZA-S1-LS-PUBREL_2	Student zna podstawowe zasady funkcjonowania firmy w jej otoczeniu lokalnym i ponadlokalnym, rozumie jakie są podstawowe bariery i zagrożenia, ale także korzyści wynikające komunikowania się firmy z otoczeniem	Z1_W06	5
35-ZA-S1-LS-PUBREL_3	Student zna i potrafi rozpoznawać jakie mogą być źródła problemów wynikających z zewnętrznych od firmy czynników, potrafi przewidzieć ich konsekwencje	Z1_W07	5
35-ZA-S1-LS-PUBREL_4	Student potrafi zanalizować problem oraz dobrać odpowiednie narzędzia do analizy. Potrafi wyciągać wnioski z przeprowadzonych analiz dotyczących badanej organizacji. Wykazuje wobec wyników postawę refleksyjną i krytyczną.	Z1_U06	4
35-ZA-S1-LS-PUBREL_5	Student potrafi zanalizować problem oraz dobrać odpowiednie narzędzia do analizy. Potrafi wyciągać wnioski z przeprowadzonych analiz dotyczących otoczenia badanej organizacji i wywieranych na nią wpływów	Z1_U07	5
35-ZA-S1-LS-PUBREL_6	Student jest przygotowany do skutecznej komunikacji w miejscu pracy- rozumie wagę skutecznego komunikowania zarówno wewnątrz jak i na zewnątrz firmy	Z1_K03	5
35-ZA-S1-LS-PUBREL_7	Student jest świadomy etycznego wymiaru działań związanych z PR - wiem czym jest manipulacja informacją, rozumie czym jest dobry wizerunek firmy	Z1_K10	4

3. Opis modułu

Opis	Moduł ma na celu zapoznanie z podstawowymi działaniami komunikacyjnymi w zakresie PR. Zapozna z funkcjami i rolą komunikowania wewnętrznego i zewnętrznego firmy. Zapozna z podstawowymi problemami wynikającymi ze złego komunikowania się firmy i jej pracowników. Rozróżni działania PR do reklamowych i jak te drugie wykorzystać dla budowania wizerunku firmy i jej marki. Wskaże jak skutecznie budować dobry wizerunek firmy i jaką rolę odgrywa w nim skuteczna komunikacja. Zapozna z wymiarem etycznym działań PR
------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Wymagania wstępne	Wymagania formalne - zaliczenie modułu z public relations - zaliczenie modułu dotyczącego podstaw marketingu i reklamy
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
w1	Ocena ciągła, analiza przypadków	Omówienie podstawowych pojęć i omawianie problemów na konkretnych przypadkach, analiza pracy	35-ZA-S1-LS-PUBREL_1, 35-ZA-S1-LS-PUBREL_2, 35-ZA-S1-LS-PUBREL_3
w2	Projekt	Opis działań PR wybranej firmy i ocena ich skuteczności – wskazanie ewentualnych rozwiązań	35-ZA-S1-LS-PUBREL_4, 35-ZA-S1-LS-PUBREL_5, 35-ZA-S1-LS-PUBREL_6, 35-ZA-S1-LS-PUBREL_7

5. Rodzaje prowadzonych zajęć						
kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
fns1	laboratorium	Ćwiczenia przedmiotowe. Metody aktywizujące studenta	20	Lektura uzupełniająca, praca z podręcznikiem. Przygotowanie się do ćwiczeń i opracowanie projektu	40	w1, w2