

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

**Moduł kształcenia:** Public Relations

**Kod modułu:** 35-ZA-S1-LS-PUBREL

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty kształcenia modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty kształcenia kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
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

<b>Opis</b>	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
-------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Wymagania wstępne</b>	Wymagania formalne - zaliczenie modułu z public relations - zaliczenie modułu dotyczącego podstaw marketingu i reklamy
--------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty kształcenia modułu</b>
PUBREL_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
PUBREL_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

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów kształcenia</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
PUBREL_fs1	laboratorium	Ćwiczenia przedmiotowe. Metody aktywizujące studenta	30	Lektura uzupełniająca, praca z podręcznikiem. Przygotowanie się do ćwiczeń i opracowanie projektu	30	PUBREL_w1, PUBREL_w2