

1.	Nazwa kierunku	zarządzanie zasobami ludzkimi
2.	Cykl rozpoczęcia	2015/2016 (semestr zimowy), 2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
4.	Profil kształcenia	praktyczny
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

Moduł kształcenia: Public relations

Kod modułu: 06-ZZL-S1-PR

1. Liczba punktów ECTS: 2

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PR_1	Student zna podstawowe pojęcie z zakresu komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej organizacji	ZZL1_W05	3
PR_2	Student posiada wiedzę na temat wybranych narzędzi PR, kreowania wizerunku i marki, a także technik wykorzystywanych w reklamie w kontekście instrumentów kreowania struktur organizacyjnych i tworzenia mechanizmów zarządzania i funkcjonowania organizacji społecznych	ZZL1_W07	2
PR_3	Student ma świadomość wagi komunikacji organizacji w otoczeniu lokalnym, zna podstawowe zagrożenia i korzyści wynikające z komunikacji organizacji/przedsiębiorstwie/institucji (sektor publiczny, prywatny i ngo) z otoczeniem	ZZL1_W05	3
PR_4	Student potrafi dokonać analizy sytuacji problemowej w kontekście komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej organizacji i odpowiednio dopasować strategię i narzędzia PR do sytuacji	ZZL1_U01	2
PR_5	Student potrafi wykorzystać wiedzę z zakresu elementów PR i reklamy w projektowaniu innowacyjnej propozycji zarysu strategii kreowania wizerunku organizacji	ZZL1_U04	2
PR_6	Student jest przedsiębiorczy, rozumie priorytety organizacji, jest świadomy wymogu społecznej i etycznej odpowiedzialności działań związanych z PR	ZZL1_K05 ZZL1_K06	4 4

3. Opis modułu	
Opis	Moduł prowadzony jest w formie wykładów. Celem zajęć jest pogłębienie wiedzy studentów w zakresie podstawowych informacji o PR w organizacji, komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w organizacji oraz elementach reklamy. Poruszane zagadnienia to m.in.: schemat komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej w organizacji, narzędzia PR, analiza komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej w organizacji w sytuacji kryzysowej (analiza przypadków), elementy dotyczące reklamy, w szczególności reklama społeczna oraz działalność społecznie pożądana organizacji jako element CSR (społecznej odpowiedzialności biznesu). Student powinien po zakończeniu cyklu kształcenia w module potrafić wykorzystać pozyskaną wiedzę do praktycznego projektowania działań w zakresie PR.

Wymagania wstępne	Znajomość podstaw marketingu
--------------------------	------------------------------

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
PR_w1	Test pisemny	Moduł ma charakter wykładów, dlatego sposobem weryfikacji efektów kształcenia będzie test pisemny przeprowadzony na ostatnim wykładzie w cyklu. Test będzie się składał z 10 pytań wyboru o charakterze zamkniętym (4 możliwości wyboru odpowiedzi) oraz pytania otwartego.	PR _1, PR _2, PR _3, PR _4, PR _5, PR _6

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	
PR_fns1	wykład	wykład wybranych zagadnień z zakresu PR wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	10	lektura uzupełniająca, praca z podręcznikiem, analiza case study i materiałów źródłowych przekazanych przez prowadzącego	50	PR_w1