

## KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2023/2024

### INFORMACJE OGÓLNE

1. Nazwa przedmiotu	Public relations w działalności przedsiębiorstwa					
2. Nazwa kierunku	Turystyka i Rekreacja					
3. Poziom studiów	Studia drugiego stopnia					
4. Liczba punktów ECTS	2					
5. Liczba godzin w semestrze						
	semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws
	III	15	15			

6. Język wykładowy	polski
7. Wykładowca	Michał Bergier – dr

### INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

8. Wymagania wstępne
1. Znajomość podstawowych kategorii pojęciowych z zakresu marketingu
9. Cele przedmiotu
C1 Zapoznanie ze złożonymi zjawiskami dotyczącymi public relations
C2 Zdobycie wiedzy i umiejętności wykorzystania metod stosowanych w public relations do rozwiązywania problemów kryzysowych w organizacji
C3 Poznanie sposobów pozytywnego budowania wizerunku organizacji i pomiar efektów działania public relations

10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych	
Student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

#### WIEDZA

EU01	Zna i rozumie w pogłębionym stopniu wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych i związanych z kulturą fizyczną) i ich istotnych elementach	K_W03
EU02	Zna i rozumie wiedzę o poglądach i relacjach między strukturami instytucji społecznych oraz rodzajach więzi społecznych i ich historycznej ewolucji w skali krajowej międzynarodowej i międzykulturowej	K_W04

#### UMIEJĘTNOŚCI

EU03	Potrafi dokonywać obserwacji, diagnozowania, racjonalnego oceniania złożonych sytuacji społecznych (kulturowych, politycznych, prawnych, ekonomicznych oraz związanych z kulturą fizyczną)	K_U03
------	--	-------

#### KOMPETENCJE SPOŁECZNE

EU04	Jest gotów do podejmowania działań w zakresie przedsiębiorczości, umie wyznaczać oraz przyjmować wspólne cele, potrafi przyjąć rolę lidera w grupie	K_K01
------	---	-------

11. Treści programowe
Forma zajęć – wykłady

1. Motywy prowadzenia public relations dawniej i dzisiaj, historyczne odpowiedniki public relations. 2. Zadania i elementy public relations, kształtowanie procesu public relations. 3. Znaczenie reputacji organizacji. 4. Funkcje wizerunku firmy, metody wpływające na budowę pozytywnego wizerunku firmy. 5. Istota komunikacji, elementy i rodzaje komunikacji, błędy komunikacyjne. 6. Etyka w public relations, metody zbierania informacji o otoczeniu. 7. Human relations a public relation. 8. Zarządzanie sytuacją kryzysową, sposoby rozwiązywania konfliktów, reakcja na krytykę. 9. Kultura fizyczna, jako przedmiot badań socjologicznych, poznawcze i praktyczne funkcje socjologii kultury fizycznej.	
<b>Forma zajęć – ćwiczenia</b>	
1. Podstawowe pojęcia z zakresu public relations. 2. Public relations a inne pokrewne dziedziny, różnice między działaniami public relations a marketingiem, propagandą i reklamą. 3. Analiza otoczenia organizacji w aspekcie działań public relations (wewnętrzna i zewnętrzna funkcja public relations). 4. Media relations, metody pracy z mediami. 5. Mierzenie rezultatów media relations – techniki i zasady realizacji 6. Efekty działań public relations, badania, pomiary. 7. Pomiary efektów public relations, 8. Ochrona wizerunku firmy i menadżera, programy i kampanie public relations.	
<b>12. Narzędzia/metody dydaktyczne</b>	
1. Rzutnik, laptop	
2. Prezentacje multimedialne	
3. Filmy dydaktyczne	
4. Studiowanie literatury przedmiotu	
5. Demonstracja zachowań	
<b>13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe )</b>	
1. Ocenianie ciągłe (praca kontrolna)	
2. Aktywność na zajęciach	
3. Zaliczenie z oceną	
<b>14. Obciążenie pracą studenta</b>	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	30
2. Nakład pracy studenta	20
suma	50
liczba punktów ECTS	2
<b>15. Literatura</b>	
Literatura podstawowa:	
1. Waśkowski Z (red.), Komunikacja rynkowa : kultura, perswazja, technologia. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań, 2011.	
2. Andrzejewski P., Deszczyński P., Public relations. Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Poznań 2013.	
3. Cenker E.M., Public relations. Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań, 2013.	
4. Nawrocka E., Wizerunek obszaru recepcji turystycznej: podstawy konceptualizacji i czynniki jego kreowania, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Wrocław 2013	
5. Davis A., Public relations. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2007.	

Literatura uzupełniająca:
1. Budzyński W., Public Relations i nowe techniki kreowania wizerunku, Poltext, Warszawa 2008
2. Smektała T., Public Relations w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw, Wydawnictwo Astrum, 2005
3. Jaworowicz P., Jaworowicz M., Event marketing w zintegrowanej komunikacji marketingowej, Difin, Warszawa 2016
<b>16. Formy oceny – szczegóły</b>
<p><b>Warunki uzyskania zaliczenia przedmiotu:</b>  <b>zajęcia kończą się zaliczeniem z oceną.</b>  Zaliczenie pisemne lub ustne z treści wykładów:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Czas trwania 45 minut</li> <li>- 6 pytań problemowych/opisowych.</li> <li>- Punktacja – każde pytanie oceniane jest w skali od 0 do 2 pkt. Maksymalnie można uzyskać 12 pkt., minimalnie 7,1 pkt. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 0 – 7,0 pkt. - niedostateczny (2,0)</li> <li>• 7,1 – 8,5 dostateczny (3,0)</li> <li>• 8,6 – 9,5 dostateczny plus (3,5)</li> <li>• 9,6 – 10,5 dobry (4,0)</li> <li>• 10,6 – 11,5 dobry plus (4,5)</li> <li>• 11,6 – 12,0 - bardzo dobry (5,0)</li> </ul> </li> </ul> <p>Nieusprawiedliwiona nieobecność podczas zaliczenia pisemnego jest równoznaczna z oceną niedostateczną (2.0).</p> <p>Warunkiem zaliczenia ćwiczeń jest uzyskanie pozytywnej ocen z kolokwium (forma pisemna lub ustna - 5 pytań otwartych/opisowych). Warunkiem uzyskania oceny pozytywnej jest udzielenie 60% pozytywnych odpowiedzi.</p> <p>Ocenę końcową z ćwiczeń stanowi ocena z kolokwium oraz aktywność studenta w ciągu całego semestru.</p>
<b>17. Inne przydatne informacje o przedmiocie</b>
1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Białskiej im. Jana Pawła II
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem