

## Karta przedmiotu

|                                          |                                                                                                                                         |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
|------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------|------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-------|
| Nazwa i kod przedmiotu                   | Public relations, PG_00155654                                                                                                           |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Kierunek studiów                         | Zarządzanie (O)                                                                                                                         |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Data rozpoczęcia studiów                 | październik 2024 r.                                                                                                                     |                                                           | Rok akademicki realizacji przedmiotu |                        | 2025/2026                                                                                                                                                                              |                       |       |
| Poziom kształcenia                       | II stopnia                                                                                                                              |                                                           | Grupa zajęć                          |                        | Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów<br>Grupa zajęć powiązanych z prowadzonymi badaniami naukowymi w dziedzinie nauki związanej z kierunkiem - profil ogólnoakademicki |                       |       |
| Forma studiów                            | stacjonarne                                                                                                                             |                                                           | Sposób realizacji                    |                        | na uczelni                                                                                                                                                                             |                       |       |
| Rok studiów                              | 2                                                                                                                                       |                                                           | Język wykładowy                      |                        | polski                                                                                                                                                                                 |                       |       |
| Semestr studiów                          | 3                                                                                                                                       |                                                           | Liczba punktów ECTS                  |                        | 2.0                                                                                                                                                                                    |                       |       |
| Profil kształcenia                       | ogólnoakademicki                                                                                                                        |                                                           | Forma zaliczenia                     |                        | zaliczenie                                                                                                                                                                             |                       |       |
| Jednostka prowadząca                     | Wydział Zarządzania -> Katedra Marketingu                                                                                               |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców) | Odpowiedzialny za przedmiot                                                                                                             |                                                           | mgr Zuzanna Minga                    |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
|                                          | Prowadzący zajęcia z przedmiotu                                                                                                         |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Formy zajęć                              | Forma zajęć                                                                                                                             | Wykład                                                    | Ćwiczenia                            | Laboratorium           | Projekt                                                                                                                                                                                | Seminarium            | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin zajęć                                                                                                                     | 0.0                                                       | 15.0                                 | 0.0                    | 0.0                                                                                                                                                                                    | 0.0                   | 15    |
|                                          | W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0                                                                                             |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |
| Aktywność studenta i liczba godzin pracy | Aktywność studenta                                                                                                                      | Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów |                                      | Udział w konsultacjach |                                                                                                                                                                                        | Praca własna studenta | RAZEM |
|                                          | Liczba godzin pracy studenta                                                                                                            | 15                                                        |                                      | 11.0                   |                                                                                                                                                                                        | 24.0                  | 50    |
| Cel przedmiotu                           | Przybliżenie problematyki Public Relations - definicji, znaczenia, rozwoju, wskazanie konkretnych zastosowań narzędzi Public Relations. |                                                           |                                      |                        |                                                                                                                                                                                        |                       |       |

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                          |
|---------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|
| Efekty uczenia się przedmiotu                                 | Efekt kierunkowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Efekt z przedmiotu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Sposób weryfikacji i oceny efektu        |
|                                                               | [ZARZMU2_K02] Ma świadomość konieczności uzupełniania oraz poszerzania zdobytej wiedzy i umiejętności, stara się interdyscyplinarnie łączyć wiedzę z różnych dziedzin oraz dyscyplin nauki. Potrafi inspirować innych do nauki.                                                                                                                                                                                                                       | Studenci posiadają umiejętność efektywnego poszukiwania i analizy informacji z różnych źródeł, takich jak badania rynku, opinie publiczne, raporty branżowe czy analizy medialne                                                                                                                                                                                     | [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport |
|                                                               | [ZARZMU2_K01] Ma świadomość deprecjacji wiedzy w czasie i rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie i pogłębiania wiedzy zarówno w trybie akademickim jak również pozaakademickim. Potrafi inspirować i organizować proces uczenia się innych osób.                                                                                                                                                                                               | Studenci zdobywają świadomość, że wiedza zdobyta dziś może szybko stać się przestarzała, co wymaga od nich ciągłego doskonalenia się, zarówno w kontekście akademickim, jak i poprzez samodzielne, pozaakademickie kształcenie.                                                                                                                                      | [SK2] prezentacja/projekt/referat/raport |
|                                                               | [ZARZMU2_U02] Potrafi w pogłębiony sposób posługiwać się aktami prawnymi, regulującymi sferę organizacji formalno-prawnej zakładania i funkcjonowania przedsiębiorstw w Polsce.                                                                                                                                                                                                                                                                       | Studenci zdobywają umiejętność, jak wdrażać strategie komunikacyjne zgodnie z obowiązującymi przepisami, aby zapewnić zgodność działań z wymogami prawa, co jest kluczowe dla budowania wiarygodności i reputacji firmy.                                                                                                                                             | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport |
|                                                               | [ZARZMU2_W11] Zna i rozumie w sposób pogłębiony zasady pozyskiwania i wykorzystania różnego rodzaju zasobów w realizacji celów rozwojowych przedsiębiorstwa.                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Studenci mają wiedzę na temat pozyskiwania i wykorzystywania zasobów, takich jak zaufanie społeczne, zaangażowanie interesariuszy, relacje z mediami oraz kapitał społeczny, aby wspierać rozwój przedsiębiorstwa.                                                                                                                                                   | [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport |
|                                                               | [ZARZMU2_U07] Potrafi wyszukiwać szczegółowe informacje w procesie podejmowania racjonalnych i złożonych decyzji o charakterze operacyjnym i strategicznym w przedsiębiorstwach.                                                                                                                                                                                                                                                                      | Studenci posiadają umiejętność efektywnego poszukiwania i analizy informacji z różnych źródeł, takich jak badania rynku, opinie publiczne, raporty branżowe czy analizy medialne.                                                                                                                                                                                    | [SU2] prezentacja/projekt/referat/raport |
|                                                               | [ZARZMU2_W03] Ma rozszerzoną wiedzę o formach organizacyjno-prawnych tworzenia i funkcjonowania przedsiębiorstw i rozwoju różnych form indywidualnej przedsiębiorczości w Polsce, zna i rozumie zaawansowane pojęcia prawne, zasady i normy i przepisy prawa regulujące funkcjonowanie podmiotów gospodarczych.                                                                                                                                       | Student ma wiedzę o tym, jak odpowiednie strategie PR mogą wspierać rozwój przedsiębiorstw poprzez budowanie zaufania wśród interesariuszy, zarówno wewnętrznych, jak i zewnętrznych, a także zna zasady komunikowania się zgodnie z przepisami prawnymi i regulacjami, np. w obszarach takich jak ochrona danych osobowych czy odpowiedzialność za treści reklamowe | [SW2] prezentacja/projekt/referat/raport |
| Treści przedmiotu                                             | 1. Istota działań z zakresu Public Relations (definicje, geneza, miejsce PR w działalności firmy, publiczność organizacji)<br><br>2. PR wewnętrzny i PR zewnętrzny (interesariusze, narzędzia)<br><br>3. Media Relations<br><br>4. Techniki i narzędzia Public Relations<br><br>5. Organizacja działalności PR w firmie<br><br>6. Savoir vivre w rzeczywistości biznesowej - kształtowanie własnego wizerunku w organizacji i kontaktach zewnętrznych |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                          |
| Wymagania wstępne i dodatkowe                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                          |
| Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się | Sposób oceniania (składowe)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Próg zaliczeniowy                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Składowa oceny końcowej                  |
|                                                               | Ocena prezentacji poszczególnych zadań                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 60.0%                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 100.0%                                   |

|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Zalecana lista lektur                                                   | Podstawowa lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                        | <p>D. Tworzydło, Public Relations, PWN, Warszawa, 2023</p> <p>W. Budzyński, Public Relations. Wizerunek. Reputacja, MT Biznes, 2017</p> <p>C. Bussey, Public Relations, PWE, 2013</p> |
|                                                                         | Uzupełniająca lista lektur                                                                                                                                                                                                                                                                     | J. Barlik, Doskonałe Public Relations, Teorie, kontrowersje, debaty, Poltext, 2020                                                                                                    |
|                                                                         | Adresy eZasobów                                                                                                                                                                                                                                                                                | <p>Uzupełniające</p> <p>Adresy na platformie eNauczanie:</p>                                                                                                                          |
| Przykładowe zagadnienia/<br>przykładowe pytania/<br>realizowane zadania | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Przygotuj prezentację dotyczącą wskazanego case study.</li> <li>2. Zaproponuj strategię PR realizowaną w mediach społecznościowych.</li> <li>3. Wskaż możliwe działania PR pozwalające zminimalizować skutki kryzysu we wskazanej firmie.</li> </ol> |                                                                                                                                                                                       |
| Praktyki zawodowe<br>w ramach przedmiotu                                | Nie dotyczy                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                       |

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.