

Wypełnia Zespól Kierunku	Nazwa modułu (bloku przedmiotów): <b>PRZEDMIOTY WYBIERALNE KIERUNKOWE</b>					Kod modułu: C.10.8	
	Nazwa przedmiotu: <b>PUBLIC RELATIONS W USŁUGACH</b>					Kod przedmiotu: C.10.8.2	
	Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej przedmiot / moduł: <b>AKADEMIA NAUK STOSOWANYCH W ELBLĄGU</b>						
	Nazwa kierunku: <b>KOSMETOLOGIA</b>						
	Forma studiów: <b>STACJONARNE</b>		Profil kształcenia: <b>PRAKTYCZNY</b>			Poziom kształcenia: <b>STUDIA I STOPNIA</b>	
	Rok / semestr: <b>1/II</b>		Status przedmiotu /modułu: <b>WYBIERALNY</b>			Język przedmiotu / modułu: <b>POLSKI</b>	
	Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	laboratorium	projekt	seminarium	inne (wpisać jakie)
	Wymiar zajęć (godz.)	<b>15</b>			<b>15</b>		

Koordynator przedmiotu / modułu	<b>dr Teresa Pietrulewicz</b>
Prowadzący zajęcia	<b>dr Teresa Pietrulewicz</b>
Cel kształcenia	Zapoznanie studentów z istotą i specyfiką Public Relations (PR) oraz opanowanie umiejętności planowania kampanii PR w usługach.
Wymagania wstępne	

<b>EFEKTY UCZENIA SIĘ</b>		
Nr efektu uczenia się/ grupy efektów	Opis efektu uczenia się	Kod kierunkowego efektu uczenia się
01	Definiuje podstawowe pojęcia z zakresu public relations.	K_W25
02	Wymienia narzędzia PR, komunikowania się. Zna typowe problemy zarządzania związane z komunikowaniem się w organizacji.	K_W25 K_W24
03	Potrafi przygotować materiały dla mediów.	K_U36 K_U39 K_K08
04	Potrafi dokonywać analizy i oceny wizerunku firmy, przygotować strategię PR .	K_U36 K_U39 K_K08
05	Potrafi pracować i współdziałać w grupie, koordynować jej działalność i podejmować właściwe decyzje.	K_U43

<b>TREŚCI PROGRAMOWE</b>
<b>Wykład</b>
Public Relations (PR) jako narzędzie komunikacji marketingowej. Znaczenie Public relations. Historia. Definicja. Funkcje. Proces planowania PR - analiza sytuacji, planowanie, organizowanie, wdrażanie i kontrola. Typy kampanii public relations. Wewnętrzny PR. Znaczenie, rola i zadania. Proces planowania wewnętrznego PR. Wizerunek pracowników. Wizerunek biznesmena. Wybrane elementy autoprezentacji. Prezentacje biznesowe z uwzględnieniem multimedialnych technik przekazu.

Relacje z mediami - zasady, formy współpracy. Notka prasowa, korekty, artykuły sponsorowane, wywiady w radio i telewizji. Konferencja prasowa.  
 Rola PR w sytuacjach kryzysowych (istota i typy sytuacji kryzysowej, procedury postępowania, analiza potencjalnych zagrożeń, budowa planu kryzysowego, reagowanie na pogłoski).  
 Wydarzenia - zasady organizacji imprez specjalnych /rodzaje imprez, formy powiadamiania, kluczowe zadania i ich harmonogram.  
 e-PR - narzędzia i zastosowanie Social media w PR.

### Projekt

Stworzenie kampanii PR dla wybranej usługi (Strategie i kampanie public relations; Komunikacyjna hierarchia organizacji; Typy kampanii public relations. Kampanie perswazyjne, informacyjne, wizerunkowe i mieszane; Etapy budowania kampanii PR; Wykorzystanie liderów opinii w kampaniach PR; Podstawowe zasady kontaktu i budowania relacji z mediami).

Przygotowanie procedury zarządzania w sytuacjach kryzysowych (Identyfikacja i analiza sytuacji kryzysowych; Typy sytuacji kryzysowych; Przygotowywanie planów kryzysowych; Działania public relations w sytuacjach kryzysowych; Przygotowanie i wygłoszenie przez studentów wystąpienia publicznego w sytuacji kryzysowej).

Literatura podstawowa	1. Budzyński W., PR public relations: wizerunek, reputacja, tożsamość, 2. Wydawnictwo Poltext, 2018. 3. Tworzydło D., Public relations praktycznie, Wydawnictwo Newslime, 2017. 4. Łaszyn A., Media i Ty: jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami, Wydawnictwo Message House, 2016.
Literatura uzupełniająca	1. Smektała T., Komunikacja wizerunkowa w sytuacjach kryzysowych firmy, 2. Wydawnictwo Astrum, 2016. 3. Uścińska B., Ciamciara J., Komunikacja wizerunkowa w mediach: prasa, radio, telewizja, Wydawnictwo Astrum, 2015.
Metody kształcenia	Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja Projekty studenckie, wystąpienie publiczne studentów.

Metody weryfikacji efektów uczenia się		Nr efektu uczenia się/grupy efektów
Zaliczenie pisemne		01, 02
Przygotowanie projektu i jego prezentacja		03, 04, 05
Formy i warunki zaliczenia	Zaliczenie pisemne (waga 0,5) + projekt (sporządzony i zaprezentowany) (waga 0,5). Oceny: bardzo dobra - 100% - 91%, dobra plus - 90% - 81%, dobra - 80% - 71%, dostateczna plus - 70% - 61%, dostateczna - 60% - 50%,	

NAKLAD PRACY STUDENTA		
Rodzaj działań/zajęć	Liczba godzin	
	Ogółem	W tym zajęcia powiązane z praktycznym przygotowaniem zawodowym
Udział w wykładach	15	
Samodzielne studiowanie		
Udział w ćwiczeniach, laboratoriach, projekcie, seminarium, zajęciach praktycznych	15	15

Samodzielne przygotowywanie się do ćwiczeń, laboratorium, projektu, seminarium, zajęć praktycznych	10	10
Przygotowanie projektu / eseju / itp.	<b>10</b>	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8	
Udział w konsultacjach	<b>1</b>	1
Inne		
<b>ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.</b>	<b>59</b>	<b>36</b>
<b>Liczba punktów ECTS za przedmiot</b>	<b>2</b>	
<b>Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej</b>	<b>nauki o zdrowiu - 2</b>	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	<b>1,2</b>	
Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,1	