

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

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

EFEKTY UCZENIA SIĘ		
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

TREŚCI PROGRAMOWE
Wykład
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.	10	10
Przygotowanie się do egzaminu / zaliczenia	8	
Udział w konsultacjach	1	1
Inne		
ŁĄCZNY nakład pracy studenta w godz.	59	36
Liczba punktów ECTS za przedmiot	2	
Liczba punktów ECTS przypisana do dyscypliny naukowej	nauki o zdrowiu - 2	
Liczba punktów ECTS związana z zajęciami praktycznymi	1,2	
Liczba punktów ECTS za zajęciach wymagające bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich	1,1	