

Public relations w bezpieczeństwie - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Public relations w bezpieczeństwie
Kod przedmiotu	04.7-WZ-BezD-PRB-S16
Wydział	Wydział Ekonomii i Zarządzania
Kierunek	Bezpieczeństwo narodowe / Bezpieczeństwo biznesu i administracji
Profil	praktyczny
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2016/2017

Informacje o przedmiocie	
Semestr	2
Liczba punktów ECTS do zdobycia	2
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr inż. Mariola Michałowska

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Laboratorium	15	1	9	0,6	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Umiejętność posługiwania się terminologią stosowaną w public realtions, definiowania pojęć związanych z PR w bezpieczeństwie, umiejętność wystąpień publicznych i wystąpień w mediach. Przestrzeganie zasad etyki PR według Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Nawiązywanie współpracy z mediami. Rola wystąpień publicznych w budowaniu i odbudowywaniu wizerunku organizacji. Przedstawienie instrumentów wykorzystywanych w kształtowaniu wizerunku instytucji. Omówienie istoty powstawania sytuacji kryzysowych - przyczyny i symptomy kryzysu oraz ich udziałowcy. Objaśnienie PR w sytuacjach kryzysowych i grupy jego oddziaływań. Kształtowanie umiejętności współpracy z mediami w sytuacji kryzysowej - redagowanie notatek prasowych, komunikaty, wywiady, wystąpień publicznych oraz budowania strategii PR w sytuacjach kryzysowych w instytucjach regionalnych i ponadregionalnych.

Wymagania wstępne

Brak.

Zakres tematyczny

Laboratorium: Public Relations – geneza, istota i znaczenie. PR jako sposób kreowania wizerunku organizacji/osoby. Współpraca firmy z mediami, wystąpienia publiczne (targi, konferencje prasowe, itp.). PR w sytuacji kryzysowej. Relacje z mediami w sytuacji kryzysowej. Konferencja prasowa w sytuacji kryzysowej. Działania zapobiegawcze firmy w sytuacji kryzysowej. Ochrona wizerunku organizacji w sytuacji kryzysowe. Społeczna odpowiedzialność biznesu.

Metody kształcenia

Laboratorium: dyskusje grupowe, elementy wykładu problemowego, giełda pomysłów, prace indywidualne, prace grupowe, metoda projektu, studia przypadków, klasyczna metoda problemowa, studia literatury, tekstem, praca z dokumentem źródłowym.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student posiada rozszerzoną wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w Public Relations, potrafi definiować pojęcia związane z działaniami Public Relations.	K_W01	zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Laboratorium
Zna sposób działania mediów oraz sposoby kreowania wizerunku organizacji w sytuacji kryzysowej.	K_W03	zaliczenie - ustne, opisowe, testowe i inne	Laboratorium
Student posiada umiejętność stosowania wiedzy teoretycznej w zakresie Public Relations w praktyce .	K_U02	projekt	Laboratorium
Student potrafi samodzielnie przygotować materiały dla mediów. Jest w stanie przeanalizować zjawiska i procesy zachodzące w otoczeniu przedsiębiorstwa w sytuacji kryzysowej, a także przygotować konferencję prasową z uwagi na zaistniałą sytuację kryzysową.	K_U05	- projekt - ocena prezentacji - ocena wystąpienia	Laboratorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student potrafi samodzielnie pogłębiać nabytą wiedzę i umiejętności z zakresu Public Relations w sytuacji kryzysowej.	• K_K01	- projekt - ocena prezentacji - ocena wystąpienia	• Laboratorium
Jest chętny do prezentowania własnych opinii związanych z wykorzystaniem działań Public Relations w procesie komunikacji organizacji z otoczeniem i potrafi bronić swoich poglądów poprzez właściwą merytoryczną argumentację. Jest przygotowany do wystąpień publicznych.	• K_K05	zadania do samodzielnego i grupowego rozwiązania	• Laboratorium

Warunki zaliczenia

Laboratorium: na ocenę składać się będą oceny z: pracy pisemnej w formie pytań otwartych (K_W01;KW03), projektu dotyczącego tworzenia strategii Public Relations dla określonego podmiotu rynku (przedsiębiorstwo/ instytucja) (K_U02, K_U05, K_K01) oraz zadań do samodzielnego rozwiązania (K_K05).

Termin zaliczenia w formie pracy pisemnej: zgodnie z harmonogramem studiów.

Termin ostatecznego oddania projektu dotyczącego opracowania strategii PR dla danego podmiotu upływa na przedostatnich zajęciach dydaktycznych.

Warunkiem otrzymania zaliczenia pracy pisemnej jest uzyskanie min. 51%.

Oceny (punktacja):

51%- 60% - dostateczny (3.0)

61%-70% - dostateczny plus (3.5)

71%-80% - dobry (4.0)

81%-85% - dobry plus (4.5)

86%-100% - bardzo dobry (5.0)

Na ocenę z przedmiotu składa się ocena z laboratorium (100%)

Literatura podstawowa

1. Budzyński W., Public Relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Wydawnictwo Poltex, Warszawa 2008.
2. Dembowska B., Gonicka J., red. Zarządzanie przedsiębiorstwem w kryzysie, Wyd. WSHE, Warszawa 2011.
3. Podraza U., Kryzysowe Public Relations, Centrum Doradztwa i Informacji Difin sp. z o.o, Warszawa 2009.
4. Smektała T., Public Relations w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw, Wydawnictwo Astrum, Warszawa 2005.

Literatura uzupełniająca

1. Barska A. (red.), Reklama wczoraj i dziś, Difin, Warszawa 2016.
2. Altkorn J. Podstawy marketingu, Instytut Marketingu, Kraków 2006.
3. Budzyński W., Public Relations, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2005.
4. Michalski E., Marketing. Podręcznik akademicki, PWN, Warszawa 2003.
5. Wojcik K., Public Relations wiarygodny dialog z otoczeniem, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2010.

Uwagi

Zmodyfikowane przez dr inż. Mariola Michałowska (ostatnia modyfikacja: 31-08-2016 21:35)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ