

Nazwa przedmiotu					Kod ECTS:	
PUBLIC RELATIONS					PR	
Specjalność Komunikacja społeczna						
Status przedmiotu specjalnościowy	Semestr 6	Liczba godzin				Liczba punktów ECTS: 5
		ogółem	wykłady	ćwiczenia	laboratorium	
		60	30	30	-	
Wykładowca Dr Jerzy Dudala					Katedra Socjologii	
Wymagania wstępne:						
Cele i efekty kształcenia Przekazanie wiedzy na temat socjologicznych aspektów działań public relations						
Metody realizacji przedmiotu						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Wykłady z prezentacjami w Power Poincie 2. Analiza case study konkretnych przykładów działań public relations 3. Zajęcia warsztatowe na terenie targów MTK 4. Zaproszenie gościa – praktyka z zakresu systemu komunikacji w przedsiębiorstwie 5. Zajęcia warsztatowe -opracowanie informacji do prasy i TV, opracowanie broszury informacyjnej 6. Wywiady ze specjalistami z zakresu PR w przedsiębiorstwach lub na targach – relacja 						
Opis przedmiotu						
<ol style="list-style-type: none"> 1. Podstawowe pojęcia, definicje związane z Public Relations 2. Misja firmy, strategia przedsiębiorstwa a strategia PR 3. Zarządzanie problemowe a PR 4. Image firmy – elementy wizerunku firmy 5. Corporate Identity a PR 6. PR a reklama i marketing 7. PR a HR 8. Ważniejsze instrumenty PR 9. Organizacja „Drzwi otwartych” 10. Udział w targach jako ważniejszy instrument PR 11. Elementy skutecznej komunikacji 12. Współpraca z mediami 13. Konflikt i negocjacje w polityce PR 						
Literatura						
Podstawowa						
1. Fraser P. Seitel „Public Realtions w praktyce” Wydawnictwo FELBERG SJA, Warszawa 2003						
Zalecana						
1. Ricky w. Griffin „Podstawy zarządzania organizacjami.” PWN Warszawa 2000						
2. Sławomira Kamińska – Berezowska „Socjolog w zakładzie pracy – nowe wyzwania i perspektywy” Wydawnictwo UŚl. Katowice 2002						
Philip Kotler „Marketing. Analiza, planowanie, wdrażanie i kontrola”, Gebethner& Ska, Warszawa 1994						
Zasady zaliczania przedmiotu						
Egzamin w formie pisemnej						