



Kod przedmiotu	B1.10	Nazwa przedmiotu	Public relations w administracji publicznej	
Kierunek			Administracja - studia pierwszego stopnia	
Rodzaj przedmiotu lub modułu			B. Moduł do wyboru, B1. Administracja publiczna	
Profil kształcenia (studiów)		praktyczny		
Specjalność		1. Administracja publiczna		
Semestr		5		
Język prowadzenia zajęć		Język polski		
Wymiar godzinowy zajęć i pracy studenta				
			Stacjonarne	Niestacjonarne
1. Wykłady (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
2. Inne formy (wspólny udział nauczycieli akademickich i studentów)			15	9
3. Konsultacje z nauczycielem			10	10
Razem 1+2+3			40	28
4. Praktyki (realizowane samodzielnie przez studentów)			-	-
5. Praca własna studenta (w tym prace domowe i projektowe, przygotowanie się do zaliczenia/egzaminu)			35	47
Razem 4+5			35	47
SUMA 1+2+3+4+5			75	75
Łącznie punktów ECTS wg planu studiów			3	
Opis efektów uczenia się dla przedmiotu				
	OPIS PRZEDMIOTOWEGO EFEKTU UCZENIA SIĘ		SYMBOL EKK (odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się)	
ma wiedzę – zna i rozumie:				
K_W01	student definiuje podstawowe pojęcia z zakresu PR;		K_W01 K_W03	

		K_W02
K_W02	identyfikuje cele i odbiorców działań PR w administracji;	K_W03 K_W04 K_W02
K_W03	dobiera właściwą strategię działań PR w administracji;	K_W08 K_W02
K_W04	wskazuje zasady i sposoby postępowania w sytuacjach kryzysowych;	K_W03 K_W09
ma następujące umiejętności – potrafi, umie:		
K_U05	student analizuje funkcjonowanie różnych modeli PR;	K_U01 K_U03 K_U15
K_U06	klasyfikuje cele i odbiorców działań PR w administracji;	K_U08 K_U03
K_U07	porównuje główne instrumenty działań PR w administracji;	K_U09 K_U03
K_U08	projektuje strategię PR	K_U05
posiada następujące kompetencje społeczne – ma świadomość i jest gotów do:		
K_K09	student zachowuje ostrożność i krytycyzm w wyrażaniu opinii nt. funkcjonowania administracji publicznej;	K_K01
Cele kształcenia		
Wykład ma pomóc w zrozumieniu istoty PR w administracji publicznej; umożliwić poznanie ważniejszych aspektów działalności z tego zakresu. Studenci powinni dowiedzieć się, jakie możliwości stwarza ta działalność oraz jak należy ją planować, a następnie prowadzić. Wykład ma dostarczyć podstawowej wiedzy nt. posługiwania się metodami, technikami i narzędziami stosowanymi w PR. Zasadniczym celem wykładu jest znalezienie odpowiedzi na pytania: 1) jak powinny wyglądać relacje między urzędnikiem a interesantem oraz 2) jak kreować pozytywny wizerunek administracji.		
Treści kształcenia		
<p>WYKŁADY:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Istota i funkcje public relations (PR). Podstawowe modele PR 2. Cele, funkcje i odbiorcy działań PR w administracji 3. Podstawowe instrumenty działań PR: <ol style="list-style-type: none"> a) media relations b) system informacji c) mecenat i sponsoring d) lobbying 4. Planowanie, organizacja i realizacja działań PR. Kreowanie obrazu administracji. Misja i wizja w procesie kształtowania wizerunku 5. Funkcje i rola PR wewnętrznego. Narzędzia komunikacji wewnętrznej 6. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Zarządzanie systemem identyfikacji (corporate identity – CI) 7. Marketing w administracji. Działania promocyjne 8. Kultura obsługi w administracji jako instrument kształtowania jej wizerunku 9. Internetowe Wspólnoty Obywatelskie. Ocena skuteczności PR 		
ĆWICZENIA:		
1. Istota i funkcje public relations (PR). Podstawowe modele PR		

2. Cele, funkcje i odbiorcy działań PR w administracji
3. Podstawowe instrumenty działań PR:
 - a) media relations
 - b) system informacji
 - c) mecenat i sponsoring
 - d) lobbying
4. Kreowanie obrazu administracji. Misja i wizja w procesie kształtowania Wizerunku. Planowanie, organizacja i realizacja działań PR
5. Funkcje i rola PR wewnętrznego. Narzędzia komunikacji wewnętrznej
6. Zarządzanie sytuacją kryzysową. Zarządzanie systemem identyfikacji (corporate identity – CI)
7. Marketing w administracji. Działania promocyjne
8. Kultura obsługi w administracji jako instrument kształtowania jej wizerunku
9. Internetowe Wspólnoty Obywatelskie. Ocena skuteczności PR

Zalecana literatura

Literatura podstawowa:

- Flis J.: Samorządowe public relations. Kraków 2007.
- Giedroń K.: Public relations w administracji. Ostrołęka 2004.
- Knecht Z.: Public relations w administracji publicznej. Warszawa 2006.

Literatura uzupełniająca:

- Public relations w teorii i praktyce. Pod red. B. Ociepki. Wrocław 2003.
- Seitel F. P.: Public relations w praktyce. Warszawa 2003.
 - Szromik A.: Marketing terytorialny. Kraków 2007.
 - Szyfter J. P.: Public relations w Internecie. Gliwice 2005.

Metody i formy prowadzenia zajęć	Tak (X) / nie
Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień	
Wykład konwersatoryjny	
Wykład problemowy	X
Wykład informacyjny	
Dyskusja	X
Praca z tekstem	
Metoda analizy przypadków	X
Uczenie problemowe (Problem-based learning)	
Gra dydaktyczna/symulacyjna	
Metoda ćwiczeniowa	
Metoda warsztatowa	
Metoda projektu	X
Prezentacja multimedialna	
Demonstracje dźwiękowe i/lub video	
Metody aktywizujące (np.: „burza mózgów”, technika analizy SWOT, technika drzewka decyzyjnego, metoda „kuli	

śniegowej”, konstruowanie „map myśli”)	
Praca w grupach	
Inne (jakie?) –	
Metody i formy weryfikacji efektów uczenia się	Tak (X) / nie
Egzamin pisemny	
Egzamin ustny	
Zaliczenie pisemne na zakończenie zajęć	
Zaliczenie ustne na zakończenie zajęć	X
Kolokwium pisemne śródsesestralne	X
Kolokwium ustne śródsesestralne	
Test	
Praca pisemna	
Raport	
Prezentacja multimedialna	
Inne (jakie?) -	
Uwagi prowadzącego	
Skala ocen i sposób ustalania ocen	
Skala ocen: niedostateczny (2) dostateczny (3) dostateczny plus (3,5) dobry (4) dobry plus (4,5) bardzo dobry (5)	Ocena ustalana jest na podstawie następującej skali: Poniżej 55.00 % - ocena 2 55.00 % i więcej - ocena 3 60.00 % i więcej - ocena 3,5 70.00 % i więcej - ocena 4 80.00 % i więcej - ocena 4,5 90.00 % i więcej - ocena 5