

Tytuł Public relations	Kod 10111053310111501426
Kierunek Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 2 / 3
Specjalność Inżynieria komunikacji interpersonalnej i Public Relations	Przedmiot obieralny
Godziny Wykłady: 10 Ćwiczenia: - Laboratoria: - Projekty / semina: -	Liczba punktów 3
	Język prowadzenia przedmiotu polski

Prowadzący:

dr Jerzy Przybysz
Pracownia Humanistyki i Komunikacji w Zarządzaniu
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel.(61) 665-34-00
e-mail: jerzy.przybysz@put.poznan.pl

Wydział:

Wydział Inżynierii Zarządzania
ul. Strzelecka 11
60-965 Poznań
tel. (61) 665-33-74, fax.
e-mail: office_fem@put.poznan.pl

Miejsce przedmiotu w programie studiów:

Przedmiot obieralny na specjalności Inżynieria komunikacji interpersonalnej i public relations

Założenia i cele przedmiotu:

Analiza roli PR w zarządzaniu marketingowym

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Charakterystyka zarządzania marketingowego. Public relations a zarządzanie strategiczne. Public relations jako funkcja zarządzania.. Przegląd definicji PR. Istota , cechy i funkcje PR. Corporate PR a Marketing PR. Public relations w perspektywie społecznej odpowiedzialności biznesu (CSR).

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Znajomość podstawowych pojęć i kategorii PR.

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Wykład

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Zaliczenie na ocenę

Bibliografia podstawowa:

1. K. Wojcik Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem PLACET Warszawa 2005
2. B. Rozwadowska Public relations. Teoria Praktyka Perspektywy EMKA Warszawa 2002
3. E. M. Cenker Public relations Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej Poznań 2000

Bibliografia uzupełniająca: