

Tytuł Projektowanie kampanii	Kod 10111053410111501450
Kierunek Zarządzanie - studia niestacjonarne II stopnia	Rok / Semestr 2 / 4
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:

Celem przedmiotu jest przekazanie studentom wiedzy teoretycznej i jej praktycznych zastosowań

Treści programowe przedmiotu (opis przedmiotu):

Promocja w marketingu-mix. Społeczno-kulturowe determinanty promocji. Pojęcie, istota i formy kampanii promocyjnych. Strategia i taktyka prowadzenia kampanii. Etapy kampanii promocyjnych. Ocena efektywności kampanii. Wielkie kampanie promocyjne w Polsce. Brief-streszczenie strategii promocyjnej (reklamowej, PR). Aplikacja Internetu w promocji. Podstawy projektowania kampanii w Internecie.

Przedmioty wprowadzające i wymagane wiadomości wstępne:

Podstawowa wiedza z zakresu projektowania kampanii promocyjnych

Forma zajęć i metody dydaktyczne:

Wykład, projekty

Forma i warunki zaliczenia przedmiotu – wymagania i system oceniania:

Projekt

Bibliografia podstawowa:

1. J.Przybysz, D.Mendlewski Public relations w Internecie Zeszyty Naukowe PP.Humanistyka i Nauki Społeczne, nr54/2005 Poznan 2005
2. W. Nowak Media planning Proteus Kraków 2001
3. J. Beliczyński Planowanie mediów w zarządzaniu reklamą Antykwa Kraków 1999

Bibliografia uzupełniająca: