

Tytuł <b>Public relations</b>	Kod <b>1011102331011150933</b>
Kierunek <b>Zarządzanie - studia stacjonarne II stopnia</b>	Rok / Semestr <b>2 / 3</b>
Specjalność <b>Zarządzanie zasobami i marketingiem przedsiębiorstw</b>	Przedmiot <b>obieralny</b>
Godziny Wykłady: <b>15</b> Ćwiczenia: -    Laboratoria: -    Projekty / semina: -	Liczba punktów <b>2</b>
	Język prowadzenia przedmiotu <b>polski</b>

**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 w semestrze trzecim (letnim) II stopnia

**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:**

Kolokwium zaliczeniowe

**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:**