**Nazwa przedmiotu:**

Kreowanie wizerunku firmy

**Koordynator przedmiotu:**

mgr Piotr JERMAKOWICZ

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Informatyka

**Grupa przedmiotów:**

Kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

KWF

**Semestr nominalny:**

1 / rok ak. 2009/2010

**Liczba punktów ECTS:**

3

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład:  | 0h |
| Ćwiczenia:  | 30h |
| Laboratorium:  | 0h |
| Projekt:  | 0h |
| Lekcje komputerowe:  | 0h |

**Wymagania wstępne:**

**Limit liczby studentów:**

**Cel przedmiotu:**

<P>Celem zajęć jest zaznajomienie studentów z zarządzaniem procesami komunikacyjnymi między organizacją a jej grupami docelowymi. Budowanie i rozwijanie zaufania publicznego na podstawie celowych, systematycznych procesów kształtowania wizerunku organizac

**Treści kształcenia:**

<OL><LI><P>Wprowadzenie w problematykę PR (istota PR, motywy, pojęcia pokrewne).</LI></P> <LI><P>Elementy ogólnego wizerunku organizacji (wizerunek wewnętrzny, rynkowy, społeczno- polityczny).</LI></P> <LI><P>Ocena stanu wyjściowego organizacji (zadania

**Metody oceny:**

**Egzamin:**

**Literatura:**

<OL><LI>Wojcik K.: <I>Public Relations,</I> Agencja Wydawnicza "Placet", Warszawa 1997</LI> <LI>Zelmer Z.:<I>Public Relations: kreowanie reputacji firmy,</I> POLTEX, Warszawa 1992</LI> <LI>Piasta Ł.: <I>Public relations: istota techniki,</I> Centrum Infor

**Witryna www przedmiotu:**

**Uwagi:**

## Efekty przedmiotowe