

Kampanie PR - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Kampanie PR
Kod przedmiotu	15.3-WH-DiksD-KaPR-S17
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	drugiego stopnia z tyt. magistra
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2018/2019

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	4
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	- dr Daria Podedworna - dr hab. Łukasz Młyńczyk, prof. UZ

Formy zajęć					
Forma zajęć	Liczba godzin w semestrze (stacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (stacjonarne)	Liczba godzin w semestrze (niestacjonarne)	Liczba godzin w tygodniu (niestacjonarne)	Forma zaliczenia
Ćwiczenia	30	2	-	-	Zaliczenie na ocenę

Cel przedmiotu

Przedmiot ma charakter praktyczny i polega na przygotowaniu wybranej kampanii PR według strategii przygotowywanych na zajęciach.

Wymagania wstępne

Znajomość podstawowych zagadnień z dziedziny PR.

Zakres tematyczny

Teoretyczne podstawy kampanii PR. Strategie, narzędzia i plany działań PR. Komunikacja wewnątrz organizacji. Relacje z mediami tradycyjnymi. PR w Internecie i sieciach społecznościowych. Budowanie koncepcji kampanii PR. Wystąpienia publiczne. Wydarzenia specjalne – eventy. PR i/czy marketing? Zarządzanie sytuacją kryzysową. Kontrola i ocena działań PR. Prezentacje projektów.

Metody kształcenia

Praca w grupach nad przygotowaniem projektu, burza mózgów, praca z tekstem, prezentacja projektu.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
ma pogłębioną wiedzę o relacjach systemu komunikowania wewnątrz i na zewnątrz organizacji	KD2_W05	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt - przygotowanie projektu	Ćwiczenia
potrafi wskazać optymalne metody i sposoby realizacji określonego przez siebie lub innych zadania umożliwiającego zwiększenie efektywności procesu komunikowania	KD2_K04	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt - przygotowanie projektu - burza mózgów, praca w grupach	Ćwiczenia
posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w public relations, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy	KD2_U05	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt - przygotowanie projektu - burza mózgów	Ćwiczenia
ma pogłębioną wiedzę o roli public relations w funkcjonowaniu organizacji i w jej otoczeniu	KD2_W09	- obserwacja i ocena aktywności na zajęciach - projekt - przygotowanie projektu	Ćwiczenia

Warunki zaliczenia

1. Przygotowanie i prezentacja grupowego i/lub indywidualnego projektu.
2. Aktywność na zajęciach.
3. Zaangażowanie w tworzony projekt.

Literatura podstawowa

1. A. Davis, *Wszystko co powinieneś wiedzieć o PR. Odpowiedź na 500 najważniejszych pytań*, Poznań 2008.
2. A. Gregory (red.), *Skuteczne techniki PR*, Gdańsk 2005.
3. R. Laermer, M. Prichinello, *Public Relations*, Gdańsk 2004.
4. T. Smektała, *Komunikacja wizerunkowa. E-public relations*, Wrocław 2015.
5. K. Stasiuk-Krajewska, Z. Chmielewski, D. Tworzydło (red.), *Public relations. Nowe trendy*, Rzeszów 2013.
6. W. Jabłoński (red.), *Marketing polityczny a public relations – różnice, podobieństwa, kontrowersje*, Warszawa 2014.
7. M. Kaczmarek-Śliwińska, W. Machura (red.), *Sztuka skutecznej komunikacji w praktyce*, Poznań 2010.

Literatura uzupełniająca

1. A. Kasińska-Metryka, P. Olszewski (red.), *Forma czy treść? Rzecz o wizerunku w życiu społecznym i politycznym*, Toruń 2012.
2. B. Ociepka, *Public relations w teorii i praktyce*, Wrocław 2003.
3. K. Stasiuk-Krajewska, D. Tworzydło, Z. Chmielewski (red.), *Public relations - nie tylko Facebook*, Rzeszów 2013.

Uwagi

Zajęcia opierają się na przygotowaniu przez kilkusobowe grupy projektu – kampanii PR wybranej organizacji. Praca nad projektem powinna przebiegać etapowo z uwzględnieniem kolejnych zagadnień prezentowanych na zajęciach, aby finalnie powstała kompletna kampania zawierająca, zdaniem studentów, niezbędne elementy.

Zmodyfikowane przez dr Krystian Saja (ostatnia modyfikacja: 02-05-2018 10:33)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ