

# Public Relations - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Public Relations
Kod przedmiotu	15.3-WP-SOC-TKWZ
Wydział	<a href="#">Wydział Nauk Społecznych</a>
Kierunek	WNS - oferta ERASMUS / Socjologia
Profil	-
Rodzaj studiów	Program Erasmus pierwszego stopnia
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2019/2020
Jednostka obsługująca przedmiot	Instytut Socjologii

Informacje o przedmiocie	
Liczba punktów ECTS do zdobycia	3
Typ przedmiotu	obowiązkowy
Język nauczania	angielski
Sylabus opracował	<ul style="list-style-type: none"><li>dr hab. Mariusz Kwiatkowski, prof. UZ</li></ul>

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

The aim of the classes is to prepare participants to use the knowledge from the range of the sociology, the social psychology and related disciplines in the formation of the image of economical, political and cultural organizations. Participants conquer following skills: self-presentation, the exertion of the influence on other, the leadership of public discussions, defence against the manipulation, the projection and the leadership of social campaigns.

## Wymagania wstępne

No special prerequisites.

## Zakres tematyczny

1. Techniques of self-presentation.
2. Eristic techniques.
3. The cooperation with media.
4. The organization of meetings.
5. The formation of the image of the person.
6. The formation of the image of the public institution.
7. The public critique and the defense of the image.

## Metody kształcenia

Academically supervised student-governed problem oriented project work.

Demonstrating - teaching through examples and case studies description. Role playing and scenario analyzing during classes. Problem solving and case studies

## Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
The student can use her/his knowledge and social abilities to form the image of the person and organization. He or she can also prepare and conduct the social campaigns.		<ul style="list-style-type: none"><li>Project report plus individual oral defense of the project report.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Ćwiczenia</li></ul>

## Warunki zaliczenia

Project report plus individual oral defense of the project report.

## Literatura podstawowa

1. F. P. Seitel, Practice of Public Relations, Pearson, New Jersey 2004. (Polish translation also available).
2. G. M. Broom, Cutlip and Center's Effective Public Relations, Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, 2001.
3. Lull J., Hinerman S. (red.), (1997), Media Scandals. Morality and Desire in the Popular Culture Marketplace. New York.

## Literatura uzupełniająca

1. Sernovitz, G. Kawasaki, S. Godin, Word of Mouth Marketing: How Smart Companies Get People Talking, Kaplan Publishing, 2009.
2. D. Meerman Scott, The New Rules of Marketing & PR: How to Use Social Media, Online Video, Mobile Applications, Blogs, News Releases, and Viral Marketing to Reach Buyers Directly, Jon Wiley & Sons, 2007.
3. Ch. Barger, The Social Media Strategist: Build a Successful Program from the Inside Out, McGraw Hill Professional, 2011.

## Uwagi

the subject can be run every semester, in case there is not enough persons to make a group there will be individual class run during instructor hours.

Zmodyfikowane przez dr Jarosław Wagner (ostatnia modyfikacja: 27-04-2019 17:00)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ