

# Przedmiot społeczny: Podstawy Public Relations - opis przedmiotu

| Informacje ogólne   |                                                |
|---------------------|------------------------------------------------|
| Nazwa przedmiotu    | Przedmiot społeczny: Podstawy Public Relations |
| Kod przedmiotu      | 14.0-WH-FP-PSPR                                |
| Wydział             | <a href="#">Wydział Humanistyczny</a>          |
| Kierunek            | Coaching i doradztwo filozoficzne              |
| Profil              | ogólnoakademicki                               |
| Rodzaj studiów      | pierwszego stopnia z tyt. licencjata           |
| Semestr rozpoczęcia | semestr zimowy 2020/2021                       |

| Informacje o przedmiocie        |                                                                         |
|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|
| Semestr                         | 1                                                                       |
| Liczba punktów ECTS do zdobycia | 5                                                                       |
| Typ przedmiotu                  | obieralny                                                               |
| Język nauczania                 | polski                                                                  |
| Sylabus opracował               | <ul style="list-style-type: none"><li>dr hab. Piotr Kładoczny</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    |
| Konwersatorium | 30                                      | 2                                      | 18                                         | 1,2                                       | Zaliczenie na ocenę |

## Cel przedmiotu

Zapoznanie się z najważniejszymi zagadnieniami public relations. Poznanie środków i technik kontaktu z mediami. Umiejętność analizy formy i treści przekazów PR. Umiejętność przygotowania studenta do efektywnego wykorzystania wiedzy w zakresie organizowania działań PR. Próba tworzenia własnego planu PR firmy, a także przygotowania własnej wypowiedzi PR tekstowej (np. do celów prasowych lub internetowych) oraz wideo przeznaczonej dla mediów. Przygotowanie studenta do czynnego i twórczego reprezentowania instytucji w mediach.

## Wymagania wstępne

Brak.

## Zakres tematyczny

Na zajęciach zostaną zaprezentowane rozmaite definicje public relations oraz cele i relacje z otoczeniem. Studenci poznają psychologiczne aspekty wywierania wpływu na otoczenie i uwarunkowania prawno-zwyczajowe i etyczne PR. Omówione zostaną wykorzystywane modele komunikowania, stosowane techniki i strategię działań w PR. Tematyka zajęć zostanie poświęcona także technikom i środkom tworzenia wizerunku firmy, współpracy z mediami. Studenci będą kreować swój program PR dla wybranej firmy oraz przygotowywać wypowiedź dla mediów. Tematyka zajęć dotyczyć będzie także lobbingu, PR-u w Internecie oraz postępowania przedsiębiorstw i instytucji w sytuacji kryzysowej. Ostatnia część zajęć jest przeznaczona na PR w różnych zakresach działalności, np. instytucjach użyteczności publicznej (szkołach, szpitalach, samorządach terytorialnych), polityce, turystyce czy małych przedsiębiorstwach.

## Metody kształcenia

Wykład konwersatoryjny, dyskusja, analiza tekstu źródłowego, analiza materiałów wideo, analiza przypadku.

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

| Opis efektu                                                                                                                                                                    | Symbole efektów                                                         | Metody weryfikacji                                                                                                                                                           | Forma zajęć                                                    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| ma wiedzę o normach konstytuujących i regulujących struktury i instytucje społeczne oraz o źródłach tych norm, ich naturze, zmianach i drogach wpływania na ludzkie zachowania | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KF1_W03</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>dyskusja</li><li>projekt</li><li>wypowiedź pisemna</li><li>Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Konwersatorium</li></ul> |
| samodzielnie zdobywa wiedzę; stosując zdobytą wiedzę definiuje i rozwiązuje problemy teoretyczne i praktyczne                                                                  | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KF1_U02</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>dyskusja</li><li>praca pisemna</li><li>projekt</li><li>Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego</li></ul>     | <ul style="list-style-type: none"><li>Konwersatorium</li></ul> |
| efektywnie organizuje własną pracę i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania                                                                                               | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KF1_K04</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>bieżąca kontrola na zajęciach</li><li>Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego</li></ul>                      | <ul style="list-style-type: none"><li>Konwersatorium</li></ul> |

## Warunki zaliczenia

Aktywność na zajęciach, przygotowanie trzech prac zaliczeniowych, w tym programu kampanii PR, newslettera lub oświadczenia do prasy oraz nagrania wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego.

## Literatura podstawowa

1. Budzyński Wojciech, *PR public relations: wizerunek, reputacja, tożsamość*, Warszawa 2018.
2. Budzyński Wojciech, *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*, Warszawa 2008.
3. Laermer Richar, Prichinello Michael, *Public relations*, tł. Ewa Jusewicz-Kalter, Gdańsk 2004.
4. Pietraszak Marcin, *Promocja: reklama i public relations w małej firmie*, Gliwice 2014.
5. *Public relations instytucji użyteczności publicznej*, red. Ewa Hope, Gdańsk 2005.
6. *Public relations*, red. Jerzy Olędzki, Dariusz Tworzydło, Warszawa 2006.

## Literatura uzupełniająca

1. Bronowicz Monika, *Komunikacja wizualna. Public relations. Reklama. Branding*, Wrocław 2006.
2. Dudek Krystian, *Rola rzeczników prasowych w komunikacji masowej*, Sosnowiec 2015.
3. Guzowski Rafał, *Budowanie wizerunku urzędnika w mediach*, Wrocław 2017.
4. Kaczmarek-Śliwińska Monika, *Public relations w przestrzeni mediów społecznościowych: działania organizacji i jej pracowników*, Koszalin 2013.
5. Miotk Anna, *Nowy PR: jak internet zmienił public relations*, Lublin 2016
6. *Public relations miast i regionów*, red. Aneta Duda, Warszawa 2010.
7. *Public relations w przestrzeni publicznej*, red. Anna Adamus-Matuszyńska, Katowice 2018.
8. Smektała Tymon, *Public relations w Internecie*, Wrocław 2006.
9. Stasiak Alina, *Droga do gwiazd: jak budować wizerunek i markę osobistą*, Lublin 2017.
10. Stasiuk-Krajewska Karina, *Etyka public relations: konteksty, koncepcje, kontrowersje*, Wrocław 2011.
11. Uścińska Bożena, Ciamciara Jolanta, *Komunikacja wizerunkowa w mediach: prasa, radio, telewizja*, Wrocław 2015.
12. Wójcik Krystyna, *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, wyd. III, Warszawa 2005.

## Uwagi

Zmodyfikowane przez dr Dariusz Sagan (ostatnia modyfikacja: 09-07-2020 00:04)

Wygenerowano automatycznie z systemu SylabUZ