

Pdw: Kreowanie wizerunku politycznego - course description

General information	
Course name	Pdw: Kreowanie wizerunku politycznego
Course ID	14.9--DiksD-Pdw: KWP-S21
Faculty	Faculty of Humanities
Field of study	Journalism and social communication
Education profile	academic
Level of studies	Second-cycle studies leading to MS degree
Beginning semester	winter term 2021/2022

Course information	
Semester	2
ECTS credits to win	2
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Łukasz Młyńczyk, prof. UZ

Classes forms					
The class form	Hours per semester (full-time)	Hours per week (full-time)	Hours per semester (part-time)	Hours per week (part-time)	Form of assignment
Class	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

Celem przedmiotu jest zaznajomienie studentów z mechanizmami kreowania wizerunku zarówno osób jak i organizacji, a także jego sprawnym zarządzaniem i modyfikowaniem, oraz jego rolą w procesie komunikacji publicznej.

Prerequisites

brak

Scope

Czym jest wizerunek? Kto i dlaczego go kreuje? Proces kreowania wizerunku: elementy, mechanizmy, strategie. Werbalne i niewerbalne sposoby kreowania wizerunku. Od narracji do wyglądu. Wizerunek w polityce. Kreowanie i kierowanie wizerunkiem polityka. Studium przypadku. Wizerunek celebryty. Nie ważne jak, ważne, żeby mówili!? Czy można stać się więźniem własnego wizerunku? Prawo do wizerunku i zarabianie na wizerunku. Branding jako kreowanie wizerunku marki. Wizerunek w skali globalnej – państwa i organizacje.

Teaching methods

Praca z tekstem indywidualna oraz grupowa, studium przypadku, burza mózgów.

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
ma pogłębioną wiedzę o relacjach między elementami systemu komunikowania społecznego oraz między tym systemem i jego otoczeniem	KD2_W05	- a discussion - an evaluation test - an ongoing monitoring during classes - studium przypadku	Class
student ma rozszerzoną wiedzę o różnych rodzajach struktur i instytucji społecznych oraz pogłębioną w odniesieniu do organizacji i instytucji funkcjonujących w systemie komunikowania społecznego	KD2_W04	- a discussion - an ongoing monitoring during classes - studium przypadku	Class
student potrafi właściwie analizować przyczyny i przebieg procesów i zjawisk zachodzących w komunikacji masowej, formułować własne opinie na ten temat oraz stawiać proste hipotezy badawcze oraz je weryfikować	KD2_U03	- a discussion - an ongoing monitoring during classes - praca z tekstem - burza mózgów	Class

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
student posiada umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w komunikowaniu społecznym, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy	KD2_U05	- a discussion - an ongoing monitoring during classes - burza mózgów	Class
student potrafi odpowiedzialnie i twórczo „śledzić życie”, by dostarczać innym informacji wiarygodnych, interesujących, społecznie ważnych, koniecznych dla integralnego rozwoju człowieka i społeczności; potrafi odpowiednio określić priorytety informacyjne i cele przekazywanych w obiegu publiczny informacji	List of ALOs: P7S_K0-08.2 " id="i_popover_19310">KD2_K08	- a discussion - an ongoing monitoring during classes	Class
student potrafi wskazać optymalne metody i sposoby realizacji określonego przez siebie lub innych zadania umożliwiającego zwiększenie efektywności procesu komunikowania masowego i w relacjach społecznych	KD2_K04	- a discussion - an ongoing monitoring during classes - burza mózgów - studium przypadku	Class

Assignment conditions

Kolokwium.

Aktywność oraz obecność na zajęciach.

Recommended reading

Karnowski M., Mistewicz E., *Anatomia władzy*, Warszawa 2010.

Daniel K., *Wykorzystanie skandalu do tworzenia wizerunku przez polityków*, „Atheneum. Polskie Studia Politologiczne”, vol. 49/2016, Toruń 2016.

Annusewicz O., *Celebrytyzacja polityczna*, [w:] S. Sulowski (red.), „Studia Politologiczne” vol. 20, Warszawa 2011.

Hereźniak M., *Marka narodowa. Jak skutecznie budować wizerunek i reputację kraju*, Warszawa 2011.

Red. Jeziński M., *Marketing polityczny. W poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, Toruń 2004.

Białopiotrowicz G., *Kreowanie wizerunku w biznesie i polityce*, Warszawa 2009.

Gałązka W., *Gotowych faktów nie ma. Reakcja informacji oraz wizerunku publicznego i medialnego*, Wrocław 2008.

Further reading

de Barbaro N., *Dojść do głosu. Radykalnie praktyczny przewodnik po kampanii wyborczej*, Kraków 2005.

Pease A i B., *Mowa ciała*, Poznań 2014.

Szałkiewicz W., *Kandydat, jak wygrać wybory*, Bydgoszcz – Olsztyn 2006.

Tymochowicz P., *Biblia skuteczności*, Wrocław 2007.

Notes

Jest to przedmiot opcjonalny, wybierany z oferty [przedmiotów do wyboru](#) Instytutu Filologii Polskiej; przedmiot zostanie uruchomiony w zależności od potrzeb i zainteresowania w danym semestrze studiów (na podstawie deklaracji studentów/elektronicznego wyboru przedmiotów).

Modified by dr Krystian Saja (last modification: 06-05-2021 17:56)

Generated automatically from SyllabUZ computer system