

Przedmiot społeczny: Podstawy Public Relations - opis przedmiotu

Informacje ogólne	
Nazwa przedmiotu	Przedmiot społeczny: Podstawy Public Relations
Kod przedmiotu	14.0-WH-FP-PSPR
Wydział	Wydział Humanistyczny
Kierunek	Coaching i doradztwo filozoficzne
Profil	ogólnoakademicki
Rodzaj studiów	pierwszego stopnia z tyt. licencjata
Semestr rozpoczęcia	semestr zimowy 2021/2022

Informacje o przedmiocie	
Semestr	1
Liczba punktów ECTS do zdobycia	5
Typ przedmiotu	obieralny
Język nauczania	polski
Sylabus opracował	dr hab. Piotr Kładoczny

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

- Definicje public relations oraz cele i relacje z otoczeniem.
- Psychologiczne aspekty wywierania wpływu na otoczenie.
- Uwarunkowania prawno-zwyczajowe PR.
- Uwarunkowania etyczne PR.
- Modele komunikowania i strategię działań w PR.
- Techniki i środki tworzenia wizerunku firmy.
- 7-8. Program PR dla wybranego przedsiębiorstwa.
- 9-10. Współpraca z mediami.
- 11-12. PR w Internecie. Newsletter.
13. PR w sytuacji kryzysowej.
14. PR w szkole, sporcie i turystyce.
15. PR polityce.

Metody kształcenia

Miniwykład, dyskusja, analiza tekstu źródłowego, analiza materiałów wideo, analiza przypadku.

Efekty uczenia się i metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się

Opis efektu	Symbolizacja efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student ma wiedzę o działaniach w zakresie public relations.	KF1_W03	- dyskusja - projekt - wypowiedź pisemna - Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	Konwersatorium

Opis efektu	Symbole efektów	Metody weryfikacji	Forma zajęć
Student samodzielnie zdobywa wiedzę z zakresu public relations; stosując zdobytą wiedzę definiuje i rozwiązuje problemy praktyczne z komunikacji społecznej PR.	• KF1_U02	• dyskusja • praca pisemna • projekt • Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	• Konwersatorium
Student efektywnie organizuje własną pracę przygotowującą do realizacji zadań z public relations i krytycznie ocenia jej stopień zaawansowania.	• KF1_K04	• bieżąca kontrola na zajęciach • Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	• Konwersatorium

Warunki zaliczenia

- Aktywność na zajęciach.
- Przygotowanie programu kampanii PR.
- Przygotowanie newslettera.
- Przygotowanie nagrania wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego.

Literatura podstawowa

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

Literatura uzupełniająca

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

Uwagi

Brak.

Zmodyfikowane przez dr hab. Piotr Kładoczny (ostatnia modyfikacja: 23-04-2021 20:59)

Wygenerowano automatycznie z systemu SyllabUZ