

Przedmiot społeczny - Podstawy public relations - course description

General information	
Course name	Przedmiot społeczny - Podstawy public relations
Course ID	08.3-WH-HistP-PSPPR- 19
Faculty	Faculty of Humanities
Field of study	History
Education profile	academic
Level of studies	First-cycle studies leading to Bachelor's degree
Beginning semester	winter term 2022/2023

Course information	
Semester	1
ECTS credits to win	5
Course type	optional
Teaching language	polish
Author of syllabus	dr hab. Piotr Kładoczny

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
Tutorial	30	2	-	-	Credit with grade

Aim of the course

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.

Prerequisites

Brak.

Scope

1. Definicje public relations oraz cele i relacje z otoczeniem.
2. Psychologiczne aspekty wywierania wpływu na otoczenie.
3. Uwarunkowania prawno-zwyczajowe PR.
4. Uwarunkowania etyczne PR.
5. Modele komunikowania i strategię działań w PR.
6. Techniki i środki tworzenia wizerunku firmy.
- 7-8. Program PR dla wybranej.
- 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 w polityce.

Teaching methods

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

Learning outcomes and methods of theirs verification

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student ma wiedzę o normach konstytuujących i regulujących struktury i instytucje społeczne oraz źródłach tych norm i ich wpływu na ludzkie zachowania	KH1_W11	- a discussion - a project - a written statement - activity during the classes - Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	Tutorial

Outcome description	Outcome symbols	Methods of verification	The class form
Student rozumie odmienne postrzeganie życia społecznego przez osoby z różnych środowisk i kultur oraz potrafi dokonywać przekazy w celu skutecznej komunikacji.	KH1_U13	- a discussion - a project - a written assignment - activity during the classes - Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	Tutorial
Student wykazuje motywację do zaangażowania w życiu społecznym w zakresie kształtowania wizerunku i działania public relations.	KH1_K07	- a project - a written assignment - Przygotowanie materiału wideo jako wypowiedzi rzecznika prasowego	Tutorial

Assignment conditions

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

Recommended reading

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.

Further reading

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 pubic 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.

Notes

Modified by dr hab. Marcelli Tureczek, prof. UZ (last modification: 22-05-2022 22:34)

Generated automatically from SylabUZ computer system