

# Public relations - course description

| General information |                                            |
|---------------------|--------------------------------------------|
| Course name         | Public relations                           |
| Course ID           | 14.1--Poli2D-PR-S21                        |
| Faculty             | <a href="#">Faculty of Social Sciences</a> |
| Field of study      | Political Studies                          |
| Education profile   | academic                                   |
| Level of studies    | Second-cycle studies leading to MS degree  |
| Beginning semester  | winter term 2022/2023                      |

| Course information  |                                                                        |
|---------------------|------------------------------------------------------------------------|
| Semester            | 4                                                                      |
| ECTS credits to win | 3                                                                      |
| Course type         | obligatory                                                             |
| Teaching language   | polish                                                                 |
| Author of syllabus  | <ul style="list-style-type: none"><li>dr Anna Ratke-Majewska</li></ul> |

| 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 |
| Laboratory     | 30                             | 2                          | -                              | -                          | Credit with grade  |

## Aim of the course

Głównym założeniem przedmiotu jest zapoznanie studentów z podstawowymi technikami z zakresu public relations z perspektywy zarówno teoretycznej, jak i praktycznej, w tym z zagadnieniem metod i narzędzi najczęściej stosowanych w działalności PR. Słuchacz zdobywa umiejętności efektywnego wykorzystania wiedzy w zakresie organizowania działań PR w odniesieniu do różnych podmiotów i warunków funkcjonowania.

## Prerequisites

Brak.

## Scope

Czym jest public relations, powstanie i ewolucja PR, zarządzanie oraz strategie PR, techniki i zastosowanie public relations, wykorzystanie PR w ramach funkcjonowania przedsiębiorstwa oraz organizacji, etykieta w wizerunku.

## Teaching methods

Opracowanie projektów, praca z tekstem, analiza źródeł audiowizualnych, praca w grupach, praca indywidualna.

## Learning outcomes and methods of theirs verification

| Outcome description                                                                                                                                                                                               | Outcome symbols                                                         | Methods of verification                                                                                                                                                                                    | The class form                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|
| Zna i rozumie na poziomie rozszerzonym zależność między politologią i innymi dyscyplinami nauki na poziomie umożliwiającym interdyscyplinarną i multidyscyplinarną pracę ze specjalistami z innych dziedzin nauki | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KP2_W05</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>a discussion</li><li>a preparation of a project</li><li>activity during the classes</li><li>an observation and evaluation of activities during the classes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Laboratory</li></ul> |
| Zna i rozumie poszerzoną i specjalistyczną wiedzę z zakresu przynajmniej jednej subdyscypliny politologii                                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KP2_W02</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>a discussion</li><li>a preparation of a project</li><li>activity during the classes</li><li>an observation and evaluation of activities during the classes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Laboratory</li></ul> |
| Jest gotów do wykazania motywacji do zaangażowania w życiu społecznym                                                                                                                                             | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KP2_K04</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>a discussion</li><li>a preparation of a project</li><li>activity during the classes</li><li>an observation and evaluation of activities during the classes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Laboratory</li></ul> |
| Potrafi integrować wiedzę z różnych dyscyplin w zakresie nauk społecznych oraz jej zastosowania w nietypowych sytuacjach profesjonalnych                                                                          | <ul style="list-style-type: none"><li><a href="#">KP2_U04</a></li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>a discussion</li><li>a preparation of a project</li><li>activity during the classes</li><li>an observation and evaluation of activities during the classes</li></ul> | <ul style="list-style-type: none"><li>Laboratory</li></ul> |

| Outcome description                                                        | Outcome symbols                                                             | Methods of verification                                                                                                                                                                                                 | The class form                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------|
| Jest gotów do współdziałania z członkami zespołu i pracować pod kierunkiem | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">KP2_K03</a></li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• a discussion</li> <li>• a preparation of a project</li> <li>• activity during the classes</li> <li>• an observation and evaluation of activities during the classes</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Laboratory</li> </ul> |

## Assignment conditions

### Warunki zaliczenia zajęć:

W celu uzyskania zaliczenia zajęć należy:

1. Aktywnie uczestniczyć w zajęciach (uczestniczyć w dyskusjach na temat prezentowanych projektów)
2. Przygotować i przedstawić projekt (w tym: prezentację multimedialną, materiały dodatkowe; prezentację zamykając pytania zadawane przez uczestników spotkania, które odnoszą się do projektu)

## Recommended reading

1. Black Sam, *Public relations*, Kraków 2005
2. Bombiak Edyta, *Wizerunek – kluczowy element postrzegania przedsiębiorstwa*, [w:] *Współczesny marketing i logistyka – innowacyjne rozwiązania*, [red.] K. Pieniak-Lendzion, A. Marcysiak, T. Nowogórska, Siedlce 2015, s. 93-104
3. Goban-Klas Tomasz, *Public relations czyli promocja reputacji. Pojęcia, definicje, uwarunkowania*, Warszawa 1996
4. Jakus Dalibor, Zubci Krešimir, *Marketing transmedialny i nowa koncepcja public relations*, „Marketing Instytucji Naukowych i Badawczych” 2016, nr 22 (4), s. 91-102
5. Jeziński Marek, *Marketing polityczny a procesy akulturacyjne*, Toruń 2004
6. Kolczyński Mariusz, Sztumski Janusz, *Marketing polityczny. Kształtowanie indywidualnych i zbiorowych opinii, postaw i zachowań*, Katowice 2003
7. Leary Mark, *Wywieranie wrażenia na innych*, Gdańsk 2007
8. *Marketing polityczny w poszukiwaniu strategii wyborczego sukcesu*, [red.] M. Jeziński, Toruń 2005
9. *Marketing polityczny. Szansa czy zagrożenie dla współczesnej demokracji?*, [red.] P. Pawełczyk, Poznań 2007
10. Olędzki Jerzy, *Public relations i marketing medialny: zarządzanie komunikacją i wizerunkiem w nauce o mediach*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 4(55), s. 27-36
11. Pease Allan i Barbara, *Mowa ciała*, Poznań 2007
12. Solińska Paulina, *Społeczna recepcja czarnego public relations*, [w:] *Społeczna recepcja Public Relations*, [red.] K. Kubiak, Warszawa 2011
13. Thomson Peter, *Sposoby komunikacji interpersonalnej*, Poznań 1998

## Further reading

Zgodna z problematyką przygotowywanego projektu.

## Notes

Brak.

Modified by dr Piotr Pochyły (last modification: 26-04-2022 10:40)

Generated automatically from SylabUZ computer system