

## KARTA PRZEDMIOTU DLA NABORU 2021/2022

### INFORMACJE OGÓLNE

**1. Nazwa przedmiotu**

Public Relations

**2. Nazwa kierunku**

Socjologia

**3. Poziom studiów**

pierwszego stopnia

**4. Liczba punktów ECTS**

4

**5. Liczba godzin w semestrze**

semestr	w	ćw	lab/lek	prj/zp	pws	prk
V	15	15				

**6. Język wykładowy** polski**7. Wykładowca** Dawid Błaszczak, dr

### INFORMACJE SZCZEGÓŁOWE

**8. Wymagania wstępne**

1. Brak

**9. Cele przedmiotu**

C1 Zaznajomienie studentów z podstawowymi pojęciami, metodami działań i problemami z zakresu public relations.

C2 Wypracowanie umiejętności wykorzystywania podstawowych narzędzi PR adekwatnie do sytuacji komunikacyjnej.

**10. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych**

Student, który zaliczył przedmiot:

odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się

**WIEDZA**

EU01 zna podstawowe pojęcia i definicje z zakresu public relations, odróżnia je od innych działań komunikacyjnych;

K\_W07

**UMIEJĘTNOŚCI**

EU02 potrafi samodzielnie analizować proces komunikacji przedsiębiorstwa, interpretować materiały publikowane w mediach pod kątem ich wpływu na wizerunek organizacji;

K\_U10

**KOMPETENCJE SPOŁECZNE**

EU03 jest wrażliwy na etyczne i nieetyczne działania w ramach PR;

K\_K02

**11. Treści programowe****Forma zajęć – wykłady**

1. Wstęp do PR.
2. Znaczenie PR w miksie marketingowym.
3. Komunikacja kryzysowa.
4. Wizerunek, tożsamość i reputacja przedsiębiorstwa.
5. Internet jako narzędzie kreowania wizerunku polityka.

6. Kreowanie wizerunku polityka. 7. Autoprezentacja i wizerunek własny w dyskursie politycznym. 8. Czarny PR. 9. Środki, zasady i techniki propagandy. 10. Strategie PR i kampanie marketingowe.	
<b>Forma zajęć – ćwiczenia</b>	
1. Wybrane programy i kampanie public relations. 2. Techniki marketingu politycznego. 3. Autoprezentacja w relacji z innymi podczas forum politycznego. 4. Propaganda – geneza, definicje, metody/chwyty propagandowe. 5. Czarny public relations – istota, definicje, przykłady. 6. ePR” jako przykład nowoczesnych działań w zakresie public relations. 7. Spin doctor we współczesnych działaniach public relations.	
<b>12. Narzędzia/metody dydaktyczne</b>	
1. wykład z wykorzystaniem prezentacji multimedialnej	
2. dyskusja	
3. praca samodzielna	
4. konsultacje	
<b>13. Sposoby oceny (częstkowe, końcowe )</b>	
1. obecność	
2. aktywność	
3. egzamin pisemny	
4. przygotowanie strategii PR dla wybranej firmy, przedsiębiorstwa, produktu.	
<b>14. Obciążenie pracą studenta</b>	
Forma aktywności	liczba godzin
1. Zajęcia z bezpośrednim udziałem nauczyciela oraz konsultacje	38
2. Nakład pracy studenta:	
przygotowanie do zajęć	12
przygotowanie strategii PR	25
przygotowanie do egzaminu	25
suma	100
liczba punktów ECTS	4
<b>15. Literatura</b>	
Literatura podstawowa:	
1. A. Barańska-Szmitko (red.), Wpływ słowa i obrazu na wizerunek osoby publicznej, Łódź 2019.	
2. W. Knapik, B. Kiełbasa, Komunikacja społeczna w ujęciu interdyscyplinarnym, komunikacja biznesowa, Kraków 2019.	
3. E. M. Cenker, Public relations, Poznań 2013.	
4. Public Relations: sztuka skutecznej komunikacji w teorii i praktyce: nowe narzędzia i tradycyjne techniki, red. A. Adamus-Matuszyńska, R. Maćkowska, Katowice 2013.	
5. K. Wójcik, Public relations: wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2013.	
Literatura uzupełniająca:	
1. P. Andrzejewski, Deszczyński P., Public relations, Poznań 2013.	
<b>16. Formy oceny – szczegóły</b>	
<b>Zajęcia kończą się egzaminem.</b> Na ocenę końcową z ćwiczeń będzie składała się obecność i aktywność oraz przygotowanie strategii PR dla wybranego produktu lub instytucji przez studenta. Natomiast wykłady kończą się pisemnym egzaminem. Egzamin zorganizowany jest w formie czterech pytań otwartych na tematy związane z przekazywanymi treściami na zajęciach i efektami uczenia się. Uzyskanie zaliczenia na przynajmniej ocenę dostateczną związane jest z poprawną odpowiedzią na dwa pytania.	

**17. Inne przydatne informacje o przedmiocie**

1. Bezpośrednich informacji o problematyce zajęć i treściach programowych udziela. Prowadzący w trakcie zajęć i podczas konsultacji.
2. Zajęcia odbywać się będą w Akademii Bialskiej im. Jana Pawła II.
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym terminarzem.