

KARTA KURSU

Nazwa	Public relations
Nazwa w j. ang.	Public relations

Koordynator	Dr Joanna Gajda	Zespół dydaktyczny
Punktacja ECTS*	2	

Opis kursu (cele kształcenia)

- Poznanie podstawowych założeń Public relations, pojęć związanych z tą dziedziną wiedzy, możliwych do zastosowania narzędzi. Znajomość roli PR w organizacji i założeń etycznych oraz faz przygotowywania strategii
- Nabycie podstawowych umiejętności dotyczących planowania kampanii Public relations i możliwości zastosowania narzędzi PR
- Rozwinięcie kompetencji społecznych: efektywnej komunikacji, oraz świadomość wpływu pracowników na wizerunek. Rozumienie potrzeby poszukiwania wiedzy i rozwijania umiejętności z zakresu Public relations w przedsiębiorstwach i instytucjach publicznych

Warunki wstępne

Wiedza	Posiada wiedzę z zakresu komunikacji społecznej, metod badań społecznych, marketingu i propagandy.
Umiejętności	Poszukuje, zdobywa i analizuje informacje. Posiada zdolność realizacji podstawowych badań społecznych, analizy uzyskanych danych i wnioskowania.
Kursy	Najnowsza historia propagandy Metodologia badań politologicznych Strategie marketingowe w polityce

Efekty kształcenia

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Wiedza	W01 Posiada podstawową wiedzę o założeniach Public relations oraz zasadach etycznych procesu	K2_W01, K2_W02, K2_K03
	W02 Zna pojęcia z zakresu tej dziedziny wiedzy i możliwości jej zastosowania w sektorze prywatnym i publicznym	K2_W02 K2_W4
	W03 Wymienia techniki PR i umie dopasować je do grupy docelowej i stanu wyjściowego	K2_W01 K2_W04
	W04 Ma wiedzę z jakich źródeł korzystać i jak zdobywać informacje mające na celu efektywne zastosowanie PR	K2_W01 K2_K02

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Umiejętności	U1 Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę w działaniu, dopasowuje narzędzia PR do wybranej instytucji, wskazanego problemu	K2_U01
	U2 Umie wykorzystać literaturę oraz źródła internetowe ważne dla przedmiotu, aby dokonać analizy wskazanego problemu	K2_U02 K2_U01
	U3 Stosuje założenia dotyczące etyki PR w planowanej kampanii i konstruowaniu informacji zwrotnej	K2_U01 K2_U02

	Efekt kształcenia dla kursu	Odniesienie do efektów kierunkowych
Kompetencje społeczne	K1 Poszerza kompetencje społeczne: planowania działań i zdolność krytycznego myślenia	K2_K01
	K2 Rozumie współczesne wymogi aktywności i mobilności, jest przygotowany do poszerzania swojej wiedzy z zakresu PR	K2_K01 K2_K02
	K3 Potrafi wnosić własne kreatywne pomysły w konstruowaniu narzędzi PR	K2_K02
	K4 Ma świadomość etycznego kontekstu podejmowanych działań i roli profesjonalizmu w zawodzie pracownika Public relations, oraz wpływu pracowników na wizerunek organizacji	K2_K03

studia stacjonarne

Organizacja												
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach										
		A		K		L		S		P		E
Liczba godzin	15	15										E

studia niestacjonarne

Organizacja										
Forma zajęć	Wykład (W)	Ćwiczenia w grupach								

		A	K	L	S	P	E
Liczba godzin	15						E

Opis metod prowadzenia zajęć

studia stacjonarne i studia niestacjonarne

Wykład konwersatoryjny, miniwykład z prezentacją multimedialną, zastosowaniem metod aktywnych: wizualizacji oraz analizy przypadku i krótkich ćwiczeń aktywizujących (analiza i interpretacja tekstów źródłowych, praca w grupach).

Formy sprawdzania efektów kształcenia - studia stacjonarne i studia niestacjonarne

	E – learning	Gry dydaktyczne	Ćwiczenia w szkole	Zajęcia terenowe	Praca laboratoryjna	Projekt indywidualny	Projekt grupowy	Udział w dyskusji	Referat	Praca pisemna (esej)	Egzamin ustny	Egzamin pisemny	Inne
W01								X				X	
W02								X				X	
W03												X	
W04												X	
U01								X				X	
U02												X	X
U03								X				X	
K01								X				X	
K02								X				X	
K03								X				X	
K04								X				X	

studia stacjonarne i studia niestacjonarne

Kryteria oceny	Na ocenę końcową/ zaliczenie przedmiotu składa się obecność i aktywność studenta podczas zajęć (krótkie wypowiedzi na zadane pytania, przygotowanie zadanego tematu oraz merytoryczny udział w dyskusji), oraz kolokwium końcowe lub praca zaliczeniowa.
Uwagi	Przepisanie oceny/zaliczenia z kursu o tej samej nazwie lub z tym samym zakresem materiału i literatury tylko pod warunkiem ekwiwalentnej liczby godzin CNPS i liczby punktów ECTS oraz co najmniej oceny db.

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

1. Geneza i rozwój Public Relations jego historia Public relations, podstawowe pojęcia i założenia teoretyczne. Przykład kampanii Public relations oraz rola i miejsce PR w organizacji.
2. Public Relations w komunikacji społecznej. Funkcje PR w komunikacji i komunikacja w procesie PR, oraz inne formy komunikacji społecznej.
3. Strategia PR - fazy procesu Public Relations. Omówienie zasad przygotowywania procesu PR, źródła informacji do analizy stanu wyjściowego, sposoby zdobywania i analizowania informacji.
4. Podstawowe techniki Public Relations. Przygotowanie komunikatów oraz zasady przygotowania wywiadów, konferencji prasowych, dni otwartych, itd.
5. Planowanie kampanii. Określenie celów, treści do zakomunikowania, oraz definiowanie publiczność. Stosowane kryteria doboru technik, harmonogram i kalkulacja kosztów.
6. Kryzysowy PR. Założenia oraz sposoby realizacji.
7. Zasady etyczne w PR. Międzynarodowe i krajowe kodeksy, pojęcie warygodności a „black magic” w działaniach PR, działania nieetyczne i ich konsekwencje.

Wykaz literatury podstawowej

Davis A., *Public Relations*, Warszawa 2007.

Rozwadowska B., *Public Relations, Teoria, praktyka, perspektywy*, Warszawa 2002.

Wojcik K., *Public Relations od A do Z*, Warszawa 2001.

Wykaz literatury uzupełniającej

Cenker E., *Public relations*, Poznań 2007.

Dolińska D., *Spoleczny wizerunek partii politycznych*, Toruń 2011.

Olędzki J., Tworzydło D., *Public Relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Warszawa 2007.

Paszkiewicz K., *Public Relations w polityce*, w: *Marketing polityczny w teorii i praktyce*, (red.) A.W. Jabłoński, L. Sobkowiak, Wrocław 2002.

Podobas I., *Public Relations jako narzędzie kreowania wizerunku partii politycznych*, Warszawa 2011.

Public Relations w praktyce, (red.) A. Gregory, Kraków 1997, 2000.

INNE: Portale Proto.pl, Epr.pl, artykuły np.

http://www.proto.pl/PR/Pdf/artikul_bruzdzak_1.pdf

<http://www.proto.pl/felietony/czarny-pr-zmiana-bez-zmian>

<http://www.proto.pl/aktualnosci/polityczny-czarny-pr-nie-nalezy-znizac-sie-do-poziomu-rywala>

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) – studia stacjonarne

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	15
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	1
liczba godzin pracy studenta	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	10

bez kontaktu z prowadzącymi	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	0
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	0
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	9
Ogółem bilans czasu pracy		50
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta) – studia niestacjonarne

liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi	Wykład	15
	Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.)	0
	Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym	5
liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi	Lektura w ramach przygotowania do zajęć	15
	Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu	0
	Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie)	0
	Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia	15
Ogółem bilans czasu pracy		50
Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika		2