**KONSPEKT PRZEDMIOTU**

Semestr letni, rok akad. 2020/2021

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Techniki public relations |
| Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów | Politologia/3/VI |
| Tryb studiów | niestacjonarny |
| Forma zajęć | wykład |
| Liczba godzin | 16 |
| Koordynator przedmiotu: | Dr inż. Agnieszka Werenowska |
| Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu? | wyposażenie studenta w wiedzę o najważniejszych narzędziach stosowanych w kreacji wizerunku • przedstawienie zasad zarządzania sytuacja kryzysową • przekazanie wiedzy dotyczącej umiejętności kształtowania i zarządzania wizerunku przedsiębiorstwa, • poznanie podstaw media relations |
| Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu? | Test egzaminacyjny  Do 51% - ocena dostateczna  52%-62% - ocena dostateczna plus  63% - 80% - ocena dobra  81% - 89% - ocena dobra plus  90% - 100% - ocena bardzo dobra |
| Jakie są kryteria zaliczenia tego przedmiotu na ocenę celującą? | Dodatkowa aktywność na zajęciach |
| Pozostałe informacje, dotyczące tego przedmiotu, ważne dla studenta |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 1**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. definiuje podstawowe pojęcia z zakresu public relations, |
| Treści zajęć | 1.Definicje public relations  2. **Kluczowe elementy w definicjach PR**  3.**Cel Public Relations**  4. **Różnice między Reklamą, Promocją Publicity, Public Relations**  5. Definiowanie przez funkcję formuła RACE  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -materiały wykładowe  - Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017  Rozszerzające / uzupełniające:  - Wojcik, K. . Public relations ad A do Z 1997  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 2**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. zna zadania PR  2. – zna formy PR  2.  3.  … |
| Treści zajęć | 1. **Zadania nakierowane na wizerunek**  2. **Zadania skierowane do wewnątrz firmy**  3. **Zadania skierowane na zewnątrz firmy**  4.Formy PR  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - materiały wykładowe  - Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017  Rozszerzające / uzupełniające:  -- Wojcik, K. . Public relations ad A do Z 1997  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 3**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. zna zasady etyki zawodowej  2. zna kodeksy etyczne  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Prawno- zwyczajowe uwarunkowania public relations  2. Definicje – omnibusowe  public relations  3. Normy etyki zawodowej i funkcje kodeksów etycznych  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - materiały wykładowe  -J.Olędzki, Etyka w polskim public relations, PWN, Warszawa 2009  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 4**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.zna elementy strategii PR  2.rozumie znaczenie posiadania strategii  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Omówienie strategii 6M  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017  Wojcik Krystyna. Public relations Wiarygodny dialog z otoczeniem 2015  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 5**  **( 2…. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Zna i rozumie pojęcia  2. Zna zasady współpracy z mediami  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Zasady pisania materiałów prasowych  2.Podstawy współpracy z mediami  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  - *Adam Łaszyn:*Media i Ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami*. Wydawnictwo Message House, Warszawa 2015.*  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 6**  **( 2…. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Zna podstawy tworzenia materiałów prasowych  2. wie ja rozpoznać fake news  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Zasady tworzenia materiałów prasowych  2.Zmiany w Media Relations  3. Fake news  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Adam Łaszyn: Media i Ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami. Wydawnictwo Message House, Warszawa 2015.  - Jaska E., Werenowska A., 2017. Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem w gospodarce opartej na wiedzy. Wyd. SGGW, Warszawa.  - Tworzydło D., Kuca P. 2010. Relacje z mediami w samorządach - teoria i praktyka. Wydaw. News Line.Pl.Rzeszów  -  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., Pokorna - Ignatowicz K., 2008. Źródła informacji dla dziennikarza. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 7**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1.zna podstawowe pojęcia  2.zna zasady funkcjonowania działalności lobbingowej i sponsoringowej  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Definiowanie pojęcia lobbing  2.Podstawy działalności lobbingowej  3.Definiowanie sponsoringu  4. Formy, cele i zasady działalności sponsoringowej  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Budzyński, W. 2017. Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość. Wyd. POLTEX, Warszawa  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 8**  **( 2…. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Zna pojęcie  2.Rozpoznaje źródła kryzysu  3. Zna elementy księgi kryzysowej  … |
| Treści zajęć | 1. Definiowanie pojęcia kryzys  2. Przyczyny kryzysu  3.Przygotowanie do kryzysu  4.Zasady komunikacji w sytuacji kryzysowej  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -  - Kaczmarek-Śliwińska, M. (2015). Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Difin, Warszawa 2015  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

**KONSPEKT PRZEDMIOTU**

Semestr letni, rok akad. 2020/2021

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Techniki public relations |
| Kierunek/-i studiów / rok studiów / semestr studiów | Politologia/3/VI |
| Tryb studiów | niestacjonarny |
| Forma zajęć | ćwiczenia |
| Liczba godzin | 16 |
| Koordynator przedmiotu: | Dr inż. Agnieszka Werenowska |
| Jakie są ogólne cele dydaktyczne tego przedmiotu? | wyposażenie studenta w wiedzę o najważniejszych narzędziach stosowanych w kreacji wizerunku • przedstawienie zasad zarządzania sytuacja kryzysową • przekazanie wiedzy dotyczącej umiejętności kształtowania i zarządzania wizerunku przedsiębiorstwa, • poznanie podstaw media relations |
| Jak są kryteria zaliczenia tego przedmiotu? | Test egzaminacyjny  Do 51% - ocena dostateczna  52%-62% - ocena dostateczna plus  63% - 80% - ocena dobra  81% - 89% - ocena dobra plus  90% - 100% - ocena bardzo dobra |
| Jakie są kryteria zaliczenia tego przedmiotu na ocenę celującą? | Dodatkowa aktywność na zajęciach |
| Pozostałe informacje, dotyczące tego przedmiotu, ważne dla studenta |  |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 1**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:   1. potrafi odróżnić podstawowe pojęcia 2. potrafi wymienić cele PR |
| Treści zajęć | 1. czym zajmuje się PR? 2. Kim jest specjalista PR? 3. Jak wygląda współcześnie praca specjalisty PR? |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  -materiały wykładowe  1.Budzyński, W. 2017. Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość. Wyd. POLTEX, Warszawa.  2.Szymańska, A. 2005. Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej. Oficyna Wydawnicza Unimex, Wrocław  3.Wojcik, K. 1997. Public relations ad A do Z. Wyd. PLACET, Warszawa.  Rozszerzające / uzupełniające:  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 2**  **( …2. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. zna zadania PR  2. – zna formy PR  2. potrafi nakreślić zadania PR  3.  … |
| Treści zajęć | 1. **Zadania nakierowane na wizerunek**  2. **Zadania skierowane do wewnątrz firmy**  3. **Zadania skierowane na zewnątrz firmy**  4.Formy PR  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - materiały wykładowe  - Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017  Rozszerzające / uzupełniające:  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 3,4**  **( 4. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. potrafi sformułować misję firmy  2. rozumie znaczenie sformułowania misji  3. potrafi określić grupy docelowe  … |
| Treści zajęć | 1. Tworzenie misji dla wybranych jednostek  4. Wskazanie grup docelowych  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - materiały wykładowe  -1.Budzyński, W. 2017. Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość. Wyd. POLTEX, Warszawa.  2.Szymańska, A. 2005. Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej. Oficyna Wydawnicza Unimex, Wrocław  3.Wojcik, K. 1997. Public relations ad A do Z. Wyd. PLACET, Warszawa.  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 5,6,7,8**  **( …8. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. Potrafi wypowiadać się w czasie wystąpień publicznych  2.Potrafi zorganizować konferencję prasową  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Organizacja i przeprowadzenie konferencji prasowej  2.  3.  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017  Wojcik Krystyna. Public relations Wiarygodny dialog z otoczeniem 2015  -  Rozszerzające / uzupełniające:  -  - |

|  |  |
| --- | --- |
| **ZAJĘCIA 8,9,10**  **( 9…. godz.)** | |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:  1. zna przyczyny kryzysów w SM  2. Zna procedury postępowania w kryzysie w SM  3.  … |
| Treści zajęć | 1. Analiza sytuacji kryzysowych  2. Wskazanie przyczyn sytuacji kryzysowej  3. Wskazanie pozytywnych i negatywnych elementów prowadzonej polityki informacyjnej  4.  5.  … |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć | Minimalne / obowiązkowe:  - Smektała Tymon. 2001. Public relations w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw. Wrocław: ASTRUM.  - Kaczmarek-Śliwińska Monika. 2015. Public relations w przestrzeni mediów społecznościowych. Działania organizacji i jej pracowników. Koszalin: Wydawnictwo Uczelniane Politechniki Koszalińskiej.  Rozszerzające / uzupełniające:  -  -- Kaczmarek-Śliwińska, M. (2015). Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Difin, Warszawa 2015 |