**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 egzaminacyjnyDo 51% - ocena dostateczna52%-62% - ocena dostateczna plus63% - 80% - ocena dobra81% - 89% - ocena dobra plus90% - 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 relations2. **Kluczowe elementy w definicjach PR**3.**Cel Public Relations**4. **Różnice między Reklamą, Promocją Publicity, Public Relations**5. Definiowanie przez funkcjęformuła RACE… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:-materiały wykładowe- Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017Rozszerzające / 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 PR2. – zna formy PR2.3.… |
| Treści zajęć | 1. **Zadania nakierowane na wizerunek**2. **Zadania skierowane do wewnątrz firmy**3. **Zadania skierowane na zewnątrz firmy**4.Formy PR5.… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:- materiały wykładowe- Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017Rozszerzające / 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 relations2. Definicje – omnibusowe public relations3. Normy etyki zawodowej i funkcje kodeksów etycznych4.5.… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:- materiały wykładowe-J.Olędzki, Etyka w polskim public relations, PWN, Warszawa 2009Rozszerzające / uzupełniające:-- |

|  |
| --- |
| **ZAJĘCIA 4****( …2. godz.)** |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:1.zna elementy strategii PR2.rozumie znaczenie posiadania strategii3.… |
| Treści zajęć | 1. Omówienie strategii 6M2.3.4.5.… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:- Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017Wojcik 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 pojęcia2. Zna zasady współpracy z mediami3.… |
| Treści zajęć | 1. Zasady pisania materiałów prasowych2.Podstawy współpracy z mediami3.4.5.… |
| 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 prasowych2. wie ja rozpoznać fake news3.… |
| Treści zajęć | 1. Zasady tworzenia materiałów prasowych2.Zmiany w Media Relations3. Fake news4.5.… |
| 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 pojęcia2.zna zasady funkcjonowania działalności lobbingowej i sponsoringowej3.… |
| Treści zajęć | 1. Definiowanie pojęcia lobbing2.Podstawy działalności lobbingowej3.Definiowanie sponsoringu4. Formy, cele i zasady działalności sponsoringowej5.… |
| 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 pojęcie2.Rozpoznaje źródła kryzysu3. Zna elementy księgi kryzysowej… |
| Treści zajęć | 1. Definiowanie pojęcia kryzys2. Przyczyny kryzysu3.Przygotowanie do kryzysu4.Zasady komunikacji w sytuacji kryzysowej5.… |
| 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 2015Rozszerzające / 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 egzaminacyjnyDo 51% - ocena dostateczna52%-62% - ocena dostateczna plus63% - 80% - ocena dobra81% - 89% - ocena dobra plus90% - 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, Wrocław3.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 PR2. – zna formy PR2. potrafi nakreślić zadania PR3.… |
| Treści zajęć | 1. **Zadania nakierowane na wizerunek**2. **Zadania skierowane do wewnątrz firmy**3. **Zadania skierowane na zewnątrz firmy**4.Formy PR5.… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:- materiały wykładowe- Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017Rozszerzające / uzupełniające:- |

|  |
| --- |
| **ZAJĘCIA 3,4****( 4. godz.)** |
| Po tych zajęciach student (będzie znał/ wiedział/ umiał/ potrafił / rozumiał) | Efekty uczenia się:1. potrafi sformułować misję firmy2. rozumie znaczenie sformułowania misji3. potrafi określić grupy docelowe… |
| Treści zajęć | 1. Tworzenie misji dla wybranych jednostek4. Wskazanie grup docelowych5.… |
| 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, Wrocław3.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 publicznych2.Potrafi zorganizować konferencję prasową3.… |
| Treści zajęć | 1. Organizacja i przeprowadzenie konferencji prasowej2.3.4.5.… |
| Źródło/a do nauki treści z tych zajęć  | Minimalne / obowiązkowe:- Budzyński, W. . Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość 2017Wojcik 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 SM2. Zna procedury postępowania w kryzysie w SM3.… |
| Treści zajęć | 1. Analiza sytuacji kryzysowych2. Wskazanie przyczyn sytuacji kryzysowej3. Wskazanie pozytywnych i negatywnych elementów prowadzonej polityki informacyjnej4.5.… |
| 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 |