

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA 2020/2021

Informacje ogólne

1 Nazwa modułu kształcenia

Kreowanie wizerunku osób i firm

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł (należy wskazać nazwę zgodnie ze Statutem PSW Instytut, Zakład)

Wydział Nauk Społecznych i Humanistycznych
Zakład Socjologii

3 Kod modułu

(wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia

(moduł może być realizowany w ramach treści kształcenia ogólnego, podstawowego, kierunkowego, specjalnościowego, innych, np. praktyki) specjalnościowy

5 Typ modułu

(obowiązkowy, fakultatywny) fakultatywny

6 Poziom studiów

(studia I, II, III stopnia) stopnia I

7 Liczba punktów ECTS

4

8 Poziom przedmiotu

(podstawowy, średnio- zaawansowany, zaawansowany) podstawowy

9 Rok studiów, semestr

(rok, semestr, semestry na których jest przedmiot)

III rok, semestr V - zimowy

10 Liczba godzin w semestrze

Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.	Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
15	30				1	2			

11 Liczba godzin w tygodniu

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy) (imię i nazwisko, stopień naukowy oraz adres e-mailowy)

wykładowcy/wykładowców prowadzących zajęcia)

Błaszczak Dawid, dr

Informacje szczegółowe

14 Wymagania wstępne

1. Brak

15 Cele przedmiotu

- | | |
|----|---|
| C1 | Wskazanie studentom jakie czynniki kształtują wizerunek, zarówno osób, jak i firm, w jaki sposób wizerunek może być modyfikowany, tak aby uzyskiwać zamierzone cele. |
| C2 | Wskazanie, w jaki sposób media tradycyjne oraz social media kształtują wizerunek i jakie właściwości ma każdy typ mediów w kreacji wizerunku. |
| C3 | Dostarczenie studentom wiedzy i wykształcenie umiejętności w zakresie wykorzystywania narzędzi niezbędnych do kompetentnego zarządzania wizerunkiem i informacją komercyjną bądź publiczną, do kształtowania polityki informacyjnej osób oraz przedsiębiorstw |
| C4 | Dostarczenie studentom umiejętności w zakresie kształtowania wizerunku konkretnych podmiotów. |

16 Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych

nr	student, który zaliczył przedmiot:	odniesienie do celów przedmiotu
EK01	posiada wiedzę z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej. Student ma wiedzę w zakresie funkcjonowania osób publicznych i przedsiębiorstw w przestrzeni publicznej i wpływu kształtowania wizerunku na ich działalność;	C1, C2, C3, C4
EK02	potrafi wskazać kryteria, które wpływają na wizerunek oraz zaproponować zmiany, jakie można podjąć, aby kształtować wizerunek w sposób	C1, C2, C3, C4

	pożądanymi i świadomymi;	
EK03	potrafi identyfikować grupy opinii stanowiące szeroko pojęte otoczenie osób i firm, a także wykorzystywać metody i techniki analizy instrumentów PR do kształtowania; wizerunku wybranej firmy lub osoby publicznej oraz opracować dla niej program PR;	C1, C2, C3, C4
EK04	rozumie mechanizmy rządzące społeczeństwem masowym - w sferze społecznej i politycznej, w którym dominują przekazy formułowane za pośrednictwem mediów;	C1, C2, C3, C4

17 Treści programowe

	forma zajęć - wykłady	liczba godzin S	liczba godzin NS	odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
W1	Wprowadzenie do specyfiki nauczanego przedmiotu.	1		EK01, EK02
W2	Istota i zarządzanie procesem kreowania wizerunku.	1		EK01, EK02, EK04
W3	Pojęcie i rodzaje wizerunku firmy i osoby.	1		EK01, EK02, EK04
W4	Uwarunkowania tworzenia wizerunku.	1		EK01, EK02, EK04
W5	Planowanie i organizacja działań związanych z kreowaniem wizerunku.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W6	Instrumenty wykorzystywane w tworzeniu wizerunku.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W7	Wizerunek i tożsamość firm i osób. Pojęcie tożsamości.	1		EK01, EK02, EK04
W8	System identyfikacji firm i osób – elementy wizualne i pozawizualne. Zarządzanie tożsamością w czasie.	2		EK01, EK02, EK04
W9	PR w zarządzaniu komunikacją i kreowaniu wizerunku.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W10	Public relations a inne instrumenty komunikacji marketingowej.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W11	Grupy opinii jako otoczenie przedsiębiorstw i osób oraz jako odbiorcy działań public relations.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W12	Planowanie i organizacja działań PR.	1		EK01, EK02, EK03, EK04
W13	Kreacja wizerunku za pomocą mediów tradycyjnych i social media.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
	suma godzin	15		
	forma zajęć – ćwiczenia	liczba godzin S		odniesienie do efektów kształcenia dla przedmiotu
ĆW1	Zapoznanie z harmonogramem zajęć. Wprowadzenie do tematyki zajęć.	2		EK01, EK02
ĆW2	Warsztat public relations.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW3	Techniki public relations.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW4	Prezentacje i wystąpienia publiczne.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW5	Znaczenie stylu i warsztatu językowego w public relations.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW6	Formy pisarskie w działaniach public relations.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW7	Kreowanie wizerunku firmy przez odpowiedzialność społeczną.	2		EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW8	Programy zaangażowania społecznego.	2		EK01, EK02, EK03, EK04

	Programy i kampanie społeczne.		
ĆW9	Budowanie przekazów społecznych.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW10	Media relations – współpraca ze środkami masowego przekazu.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW11	Relacje z konsumentami, społecznościami i pozostałymi grupami opinii.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW12	Nowoczesne technologie w kampaniach PR.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW13	Techniki działań lobbystycznych i sponsoringowych.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW14	Czarny PR i jego wpływ na funkcjonowanie firm i osób.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW15	Omawianie projektów zaliczeniowych.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
suma godzin		15	
18 Narzędzia/metody dydaktyczne			
1.	analiza raportów badawczych		
2.	analiza tekstów źródłowych		
3.	analiza przypadków		
4.	dyskusje		
5.	opracowanie tematów w formie prezentacji multimedialnych		
6.	praca w grupach		
19 Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)			
F1.	udział w dyskusji		
F2.	umiejętność analizy		
F3.	prezentacje multimedialne studentów		
P1.	projekty zaliczeniowe z ćwiczeń		
P2.	obecność i aktywność		
P3.	zaliczenie pisemne z wykładów		
20 Obciążenie pracą studenta			
forma aktywności		średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności	
		S	
Godziny kontaktowe z nauczycielem		45	
Przygotowanie się do zajęć		20	
Przygotowanie projektów zaliczeniowych		20	
Przygotowanie do kolokwium z wykładów		15	
SUMA		100	
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU		4	
21 Literatura podstawowa i uzupełniająca			
Literatura podstawowa:			
1.	Davis A., Public relations, Warszawa 2007.		
2.	Olędzki J., Tworzyło D. (red.), Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju, Warszawa 2007.		
3.	Wójcik K., Public Relations, Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2005.		
4.	van Dijk J. , Społeczne aspekty nowych mediów, Warszawa 2010.		
5.	Castells M., Społeczeństwo sieci, Warszawa 2010.		
6.	Jenkins H., Kultura konwergencji, Warszawa 2007.		
Literatura uzupełniająca:			
1.	Gregory A., Skuteczne techniki PR, Gdańsk 2005.		
22 Kryteria oceny *			
Na ocenę	ndst	dst	db bdb

EK01	Student nie posiada wiedzy z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej	Student posiada wiedzę z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej	Student posiada wiedzę z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej. Student ma wiedzę w zakresie funkcjonowania osób publicznych, przedsiębiorstw w przestrzeni publicznej	Student posiada wiedzę z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej. Student ma wiedzę w zakresie funkcjonowania osób publicznych, przedsiębiorstw w przestrzeni publicznej i wpływu kształtowania wizerunku na ich działalność
EK02	Nie potrafi wskazać kryteriów, które wpływają na wizerunek oraz zaproponować zmian, jakie można podjąć, aby kształtować wizerunek w sposób pożądany i świadomy	Potrafi wskazać kryteria, które wpływają na wizerunek oraz zaproponować zmiany, jakie można podjąć, aby kształtować wizerunek w sposób pożądany i świadomy	Potrafi wskazać kryteria, które wpływają na wizerunek oraz zaproponować zmiany, jakie można podjąć, aby kształtować wizerunek w sposób pożądany i świadomy. Student posiada umiejętności samodzielnej oceny wizerunku osoby lub firmy albo organizacji w mass mediach	Potrafi wskazać kryteria, które wpływają na wizerunek oraz zaproponować zmiany, jakie można podjąć, aby kształtować wizerunek w sposób pożądany i świadomy. Student posiada umiejętności samodzielnej oceny wizerunku osoby lub firmy albo organizacji w mass mediach. Potrafi także wskazać alternatywne sposoby kreacji wizerunku, z wykorzystaniem np. social media
EK03	Nie potrafi identyfikować grup opinii stanowiących szeroko pojęte otoczenie osób i firm	Potrafi identyfikować grupy opinii stanowiące szeroko pojęte otoczenie osób i firm	Potrafi identyfikować grupy opinii stanowiące szeroko pojęte otoczenie osób i firm, a także wykorzystać metody i techniki analizy instrumentów PR do kształtowania wizerunku wybranej firmy lub osoby publicznej	Potrafi identyfikować grupy opinii stanowiące szeroko pojęte otoczenie osób i firm, a także wykorzystać metody i techniki analizy instrumentów PR do kształtowania wizerunku wybranej firmy lub osoby publicznej oraz opracować dla niej program PR

EK04	Nie rozumie mechanizmów rządzących społeczeństwem masowym - w sferze społecznej i politycznej, w którym dominują przekazy formułowane za pośrednictwem mediów	Rozumie mechanizmy rządzące społeczeństwem masowym - w sferze społecznej i politycznej, w którym dominują przekazy formułowane za pośrednictwem mediów	Rozumie mechanizmy rządzące społeczeństwem masowym - w sferze społecznej i politycznej, w którym dominują przekazy formułowane za pośrednictwem mediów. Wie w jaki sposób zapobiegać niepożądanym efektom kreacji wizerunku	Rozumie mechanizmy rządzące społeczeństwem masowym - w sferze społecznej i politycznej, w którym dominują przekazy formułowane za pośrednictwem mediów. Wie w jaki sposób zapobiegać niepożądanym efektom kreacji wizerunku, rozumie otrzymywane przekazy medialne i potrafi odnieść się do otrzymywanych treści w sposób krytyczny
------	---	--	---	---

Inne przydatne informacje

23 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 PSW w Białej Podlaskiej.
3. Zajęcia odbywać się będą zgodnie z aktualnym planem zajęć.
4. Konsultacje odbywać się będą zgodnie z obowiązującym harmonogramem.

*do decyzji koordynatora

Tabela podsumowująca.

Efekt kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu („kierunkowych”)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia/metody dydaktyczne	Sposób oceny
EK01	K_W06, K_W010	C1, C2, C3, C4	W 1-13, ĆW 1-15	1, 2, 3, 4,5, 6	F1, F2, F3,P1, P2, P3
EK02	K_U05	C1, C2 C3, C4	W 1-13, ĆW 1-15	1, 2, 3, 4,5,6	F1, F2, F3,P1, P2, P3
EK03	K_U05	C1, C2 C3, C4	W 5-6, 9-13, ĆW 2-15	1, 2, 3, 4,5,6	F1, F2, F3,P1, P2, P3
EK04	K_K04, K_K06, K_K07	C1, C2, C3, C4	W 2-13, ĆW 2-15	2, 3, 4,5,6	F1, F2, F3,P1, P2, P3