

KARTA MODUŁU KSZTAŁCENIA 2019/2020

Informacje ogólne

I.

1 Nazwa modułu kształcenia

Kreowanie wizerunku osób i firm

2 Nazwa jednostki prowadzącej moduł

Wydział Nauk o Zdrowiu i Nauk Społecznych
Katedra Nauk Humanistycznych i Społecznych
Zakład Socjologii

3 Kod modułu

(wypełnia koordynator ECTS)

4 Grupa treści kształcenia

specjalnościowego

5 Typ modułu

obowiązkowy

6 Poziom studiów

stopnia I

7 Liczba punktów ECTS

4

8 Poziom przedmiotu

podstawowy

9 Rok studiów, semestr

III rok, V semestr - zimowy

10 Liczba godzin w semestrze

Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
15	30			

11 Liczba godzin w tygodniu

Wyk.	Ćw.	Lab.	Sem.	Proj.
1	2			

studia stacjonarne

15

30

1

2

12 Język wykładowy: polski

13 Wykładowca (wykładowcy):

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 pożądany i świadomy;	C1, C2, C3, C4
EK03	potrafi identyfikować grupy opinii stanowiące szeroko pojęte otoczenie	C1, C2, C3, C4

EK04	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; 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		S	NS
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	EK01, EK02, EK03, EK04
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. Programy i kampanie społeczne.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW9	Budowanie przekazów społecznych.	2	EK01, EK02, EK03, EK04
ĆW10	Media relations – współpraca ze środkami	2	EK01, EK02, EK03, EK04

	masowego przekazu.		
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, PWE, Warszawa 2007.
2. Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Praca zbiorowa pod red. J. Olędzkiego i D. Tworzyło. Wyd. Nauk. PWN, Warszawa 2007.
3. Rozwadowska B., Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy, Studio Emka, Warszawa 2002.
4. Seitel F.P., Public Relations w praktyce, Felberg SJA, Warszawa 2003.
5. Wojcik K., Public Relations, Wiarygodny dialog z otoczeniem. Agencja Wydawnicza Placet, Warszawa 2005.
6. Jan van Dijk, Społeczne aspekty nowych mediów, PWN, Warszawa 2010.
7. Manuel Castells, Społeczeństwo sieci, PWN, Warszawa 2010.
8. Henry Jenkins, Kultura konwergencji, Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne, Warszawa 2007.

Literatura uzupełniająca:

1. Budzyński W., Public Relations. Strategia i Nowe Techniki Kreowania Wizerunku, Poltext 2008.
- Gregory A., Skuteczne techniki PR. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk 2005.
- Jabłoński W., Kreowanie informacji. Media relations, PWN, Warszawa 2006.

22 Kryteria oceny *

nr efektu	na ocenę 2 (ndst)	na ocenę 3 (dst)	na ocenę 4 (db)	na ocenę 5 (bdb)
EK01	Nie posiada wiedzy z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej.	Posiada wiedzę z zakresu znajomości zasad kreacji wizerunku osoby, firmy/korporacji oraz organizacji publicznej.	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.	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 terminarzem.			

*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_K03, K_K04, K_K07	C1, C2, C3, C4	W 2-13, ĆW 2-15	2, 3, 4,5,6	F1, F2, F3,P1, P2, P3