



UNIWERSYTET  
IM. ADAMA MICKIEWICZA  
W POZNANIU

## Public relations i marketing w pracy socjalnej

### Sylabus zajęć

#### Informacje podstawowe

|                                                      |  |                                                                                              |                                 |
|------------------------------------------------------|--|----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Kierunek studiów</b><br>Praca socjalna            |  | <b>Cykl dydaktyczny</b><br>2023/24                                                           |                                 |
| <b>Specjalność</b><br>-                              |  | <b>Kod zajęć</b><br>24PSOS.28P.06964.23                                                      |                                 |
| <b>Jednostka organizacyjna</b><br>Wydział Socjologii |  | <b>Języki wykładowe</b><br>polski                                                            |                                 |
| <b>Poziom studiów</b><br>studia drugiego stopnia     |  | <b>Obligatoryjność</b><br>Obowiązkowy                                                        |                                 |
| <b>Forma studiów</b><br>studia stacjonarne           |  | <b>Blok zajęciowy</b><br>Przedmioty podstawowe                                               |                                 |
| <b>Profil studiów</b><br>profil ogólnoakademicki     |  |                                                                                              |                                 |
| <b>Koordynator zajęć</b>                             |  | Agnieszka Jeran, Marcin Hermanowski                                                          |                                 |
| <b>Prowadzący zajęcia</b>                            |  | Agnieszka Jeran, Marcin Hermanowski                                                          |                                 |
| <b>Okres</b><br>Semestr 4                            |  | <b>Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia</b><br>• Ćwiczenia: 20, Zaliczenie z oceną | <b>Liczba punktów ECTS</b><br>2 |

## Cele kształcenia dla zajęć

| Kod | Cel                                                                                                                                                             |
|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| C1  | Studentka/student zna aparat pojęciowy i narzędzia Public Relations                                                                                             |
| C2  | Studentka/student poznaje gruntownie pojęcia z zakresu marketingu i komunikacji społecznej                                                                      |
| C3  | Studentka/student uczy się umiejętności budowania relacji z mediami i wykorzystywania instrumentów marketingowych do budowania wizerunku instytucji/organizacji |
| C4  | Studentka/student rozumie znaczenie mediów w życiu społecznym i ich znaczenie dla instytucji i organizacji działających w obszarze pracy socjalnej              |
| C5  | Student/studentka wykorzystuje nabytą wiedzę z obszaru public relations do rozwoju indywidualnej przedsiębiorczości                                             |

## Efekty uczenia się dla zajęć

| Kod                                          | Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie                                                                                                                                            | Efekty uczenia się dla kierunku          | Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć |
|----------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| <b>Wiedzy - Student/ka:</b>                  |                                                                                                                                                                                    |                                          |                                                              |
| W1                                           | Potrafi wskazać różnice pomiędzy: marketingiem, Public Relations i reklamą                                                                                                         | PSO_K2_W01                               | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| W2                                           | Rozumie i docenia znaczenie działań wizerunkowych dla organizacji/instytucji działających w obszarze pracy socjalnej                                                               | PSO_K2_W01,<br>PSO_K2_W02,<br>PSO_K2_W08 | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| W3                                           | Rozumie sposób funkcjonowania mediów drukowanych i elektronicznych                                                                                                                 | PSO_K2_W01,<br>PSO_K2_W05                | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| <b>Kompetencji społecznych - Student/ka:</b> |                                                                                                                                                                                    |                                          |                                                              |
| K1                                           | Zna podstawowe narzędzia budowania relacji z mediami                                                                                                                               | PSO_K2_K02                               | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| K2                                           | Rozumie specyfikę relacji pomiędzy osobami odpowiedzialnymi z działania public relations a: 1. klientami, 2. mediami, 3. społecznością lokalną (najbliższym otoczeniem społecznym) | PSO_K2_K01,<br>PSO_K2_K02,<br>PSO_K2_K04 | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| K3                                           | Zna i potrafi zastosować techniki organizacji wydarzeń medialnych i kampanii wizerunkowych                                                                                         | PSO_K2_K02,<br>PSO_K2_K04                | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| K4                                           | Potrafi zidentyfikować sytuację kryzysową i zaproponować plan działania                                                                                                            | PSO_K2_K01                               | Kolokwium ustne, Projekt                                     |
| K5                                           | Potrafi korzystać z baz wiedzy dotyczących komunikowania się i budowania wizerunku                                                                                                 | PSO_K2_K01                               | Kolokwium ustne, Projekt                                     |

## Treści programowe dla zajęć

| Lp. | Treści programowe dla zajęć                                                                              | Efekty uczenia się dla zajęć | Formy zajęć |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|-------------|
| 1.  | Definicje i istota marketingu, w tym marketingu-mix. Miejsce Public Relations i reklamy w marketingu-mix | W1, W2                       | Ćwiczenia   |
| 2.  | Public Relations: podstawowe terminy i definicje                                                         | W1                           | Ćwiczenia   |

| Lp. | Treści programowe dla zajęć                                                                                      | Efekty uczenia się dla zajęć   | Formy zajęć |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------|-------------|
| 3.  | Specyfika działania mediów                                                                                       | W1, W3                         | Ćwiczenia   |
| 4.  | Podstawowe narzędzia kształtowania wizerunku. Dobór odpowiednich narzędzi PR do osiągnięcia określonych celów    | W2, W3, K4, K5                 | Ćwiczenia   |
| 5.  | Public relations i media relations instytucji funkcjonującej w obszarze pracy socjalnej                          | W1, W2, W3, K1, K2, K3, K4, K5 | Ćwiczenia   |
| 6.  | Public relations i media relations organizacji, w tym organizacji NGO funkcjonujących w obszarze pracy socjalnej | W1, W2, K2, K3, K4, K5         | Ćwiczenia   |
| 7.  | Wewnętrzny public relations (komunikacja wewnętrzna)                                                             | W2                             | Ćwiczenia   |
| 8.  | Postępowanie w sytuacji kryzysowej                                                                               | K2, K4                         | Ćwiczenia   |
| 9.  | Przygotowywanie wydarzeń z uwzględnieniem zainteresowania mediów                                                 | W3, K1, K2, K4, K5             | Ćwiczenia   |
| 10. | Budowanie wizerunku w Internecie, w tym w mediach społecznościowych                                              | K3, K5                         | Ćwiczenia   |
| 11. | Przygotowanie konferencji prasowej                                                                               | W2, W3, K1, K2, K3, K4, K5     | Ćwiczenia   |

### Informacje dodatkowe

| Forma zajęć | Metody i formy prowadzenia zajęć                                                                                                                           |
|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Wykład problemowy, Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda warsztatowa |

| Forma zajęć | Warunki zaliczenia zajęć                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ćwiczenia   | <p>aktywność podczas zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- przygotowanie projektu: „Konferencja prasowa”</li> <li>- kolokwium ustne</li> </ul> <p>Na ocenę końcową składa się ocena z kolokwium ustnego (2/3), a także ocena za przygotowanie projektu „konferencja prasowa” (1/3) .</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bardzo dobry (bdb; 5,0): studentka, student posługuje się odpowiednim – naukowym i specjalistycznym słownictwem, unika spekulacji i podpierania się wiedzą potoczną w argumentacji, wywód poparty wiedzą wyniesioną z zajęć i literatury przedmiotu. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> <li>• dobry plus (+db; 4,5) studentka, student posługuje się odpowiednim – naukowym i specjalistycznym słownictwem, unika spekulacji i podpierania się wiedzą potoczną w argumentacji, wywód w większości poparty wiedzą wyniesioną z zajęć i literatury przedmiotu. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> <li>• dobry (db, 4,0) studentka, student posługuje się odpowiednim – naukowym i specjalistycznym słownictwem, unika spekulacji, niekiedy podpira się wiedzą potoczną w argumentacji, wywód w większości poparty wiedzą wyniesioną z zajęć i literatury przedmiotu. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> <li>• dostateczny plus (dst plus, 3,5) studentka, student najczęściej posługuje się odpowiednim – naukowym i specjalistycznym słownictwem, niekiedy podpira się wiedzą potoczną w argumentacji, wywód w większości poparty wiedzą wyniesioną z zajęć i literatury przedmiotu. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” w swoich założeniach zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> <li>• dostateczny (dst, 3,0) studentka, student najczęściej posługuje się odpowiednim – naukowym i specjalistycznym słownictwem, często podpira się wiedzą potoczną w argumentacji, wywód jest raczej poparty wiedzą wyniesioną z zajęć i literatury przedmiotu. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” w swoich założeniach zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> <li>• niedostateczny (ndst 2,0) studentka, student nie potrafi korzystać z wiedzy merytorycznej przekazywanej podczas zajęć. Przygotowany projekt „Konferencja prasowa” nie jest zgodny z zasadami przekazanymi podczas zajęć</li> </ul> |

## Literatura

### Obowiązkowa

1. J. Altkorn, Wizualizacja firmy, Kraków 1999.
2. S. Black, Public Relations, Kraków 2008
3. E.M. Cenker, Public Relations, Poznań 2007.
4. B. Dobek-Ostrowska, Podstawy komunikowania społecznego, Wrocław 2007.
5. M. Mrozowski, Media masowe. Władza, rozrywka, biznes, Warszawa 2001.
6. H. Pietrzak, J. Hałaj, Rzecznik prasowy, teoria i praktyka, Rzeszów 2003
7. A. Potocki, Instrumenty komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie, Warszawa 2008
8. M. Szyszka, Kształtowanie wizerunku instytucji pomocy społecznej w mediach, Warszawa 2012.
9. K. Wojcik, Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2010.

### Dodatkowa

1. R. Cialdini, Wywieranie wpływu na ludzi, Teoria i praktyka, Gdańsk 2004.
2. M. Fleischer, Corporate identity i public relations, Wrocław 2003.
3. W. Jabłoński, Kreowanie informacji. Media relations, Warszawa 2007.
4. Z. Nęcki, Komunikowanie interpersonalne, Wrocław 1992
5. A. Pease, B. Pease, Mowa ciała, Poznań 2007

## Nakład pracy studenta i punkty ECTS

| Rodzaje zajęć studenta | Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------|
|------------------------|---------------------------------------------------------------------|

|                                     |                            |
|-------------------------------------|----------------------------|
| Ćwiczenia                           | 20                         |
| Przygotowanie projektu              | 20                         |
| Czytanie wskazanej literatury       | 10                         |
| Przygotowanie do zajęć              | 10                         |
| <b>Łączny nakład pracy studenta</b> | <b>Liczba godzin</b><br>60 |
| <b>Liczba punktów ECTS</b>          | <b>ECTS</b><br>2           |

\* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

## Efekty uczenia się dla kierunku

| Kod        | Treść                                                                                                                                                                                                                               |
|------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| PSO_K2_K01 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do świadczenia pracy socjalnej w tym przewidywania konsekwencji swojej działalności zawodowej, monitorowania i ewaluacji zaprojektowanych działań                                                    |
| PSO_K2_K02 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do komunikowania się z otoczeniem, przekazywania i obrony wartości uznawanych w pracy socjalnej, wypowiedzania się w ważnych sprawach społecznych                                                    |
| PSO_K2_K04 | Absolwent/ka jest gotów/gotowa do tworzenia (współtworzenia) podmiotów sektora publicznego, prywatnego i pozarządowego w obszarze pracy socjalnej i pomocy społecznej                                                               |
| PSO_K2_W01 | Absolwent/ka zna i rozumie istotę i osobliwość nauk społecznych, charakter pracy socjalnej jako działalności naukowej i praktycznej w odniesieniu do stosowanych metod/technik, a także jej powiązania z innymi dyscyplinami wiedzy |
| PSO_K2_W02 | Absolwent/ka zna i rozumie normy prawne, zawodowe, etyczne, moralne obszary pracy socjalnej i pomocy społecznej oraz genezę, specyfikę i zmiany w sposobach ich działania                                                           |
| PSO_K2_W05 | Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębiony sposób zasady tworzenia, funkcjonowania i integrowania instytucji i organizacji pomocowych oraz możliwości budowania sieci społecznych                                                      |
| PSO_K2_W08 | Absolwent/ka zna i rozumie zasoby i funkcjonowanie infrastruktury pomocy społecznej oraz systemu wsparcia społecznego w odniesieniu do aktualnych potrzeb i problemów społecznych oraz kierunków polityki społecznej                |