

42-w.	KARTA PRZEDMIOTU						
Nazwa przedmiotu/modułu:	Kreowanie wizerunku w organizacjach pozarządowych						
Nazwa angielska:	Public relations in NGO						
Kierunekstudiów:	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o profilu produkcja medialna z elementami dziennikarstwa radiowo-telewizyjnego						
Poziom studiów:	Stacjonarne, I-go stopnia – licencjackie lub inżynierskie						
Profil studiów	Praktyczny						
Jednostka prowadząca:	Karkonoska Państwowa Szkoła Wyższa w Jeleniej Górze, Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych, Zakład Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej						
Prowadzący przedmiot:	dr hab. Ilona Biernacka-Ligięza						
I Formy zajęć, liczba godzin							
Semestr	W	C	L	WR	Inne*	Łącznie	ECTS
4	15	-	-	-		15	2
II Cel przedmiotu							
<p>C1 – wykształcenie wiedzy z zakresu nauk społecznych, miejsca organizacji pozarządowych i OPP w strukturach państwa, ich roli i specyfice funkcjonowania</p> <p>C2 - wykształcenie znajomości narzędzi do kreowania wizerunku organizacji i umiejętności posługiwania się narzędziami PR</p> <p>C3 – wykształcenie aktywnej i otwartej postawy, zachęcenie do pogłębiania wiedzy o najnowszych trendach w zakresie komunikacji i budowania wizerunku</p>							
III Wymagania wstępne w kategoriach wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:							
Wiedza z zakresu public relations i marketingu							
IV Oczekiwane efekty uczenia się							
<p>EU1 Student zna narzędzia służące do budowania wizerunku, zna i rozumie podstawowe pojęcia z zakresu komunikacji społecznej i nauki o mediach w tym związane z kreowaniem wizerunku</p> <p>EU2 Student potrafi opracować strategię budowania wizerunku, potrafi wykorzystywać poznane narzędzia</p> <p>EU3 Student jest przygotowany do pracy samodzielnej i zespołowej, jest aktywny w</p>							

<p>podejmowaniu wyzwań zawodowych</p> <p>EU4 Student zna specyfikę funkcjonowania organizacji pozarządowych, umie je wpisać w kontekst społeczny</p>		
V Treści programowe:		
Forma zajęć: Wykład		Liczba godzin
W. 1	Organizacje pozarządowe - wprowadzenie. Co to są organizacje pozarządowe? Charakterystyka. Funkcje. Rola w społeczeństwie.	2
W. 2	Organizacje pożytku publicznego - przykłady. Budowanie marki produktu, który nie jest na sprzedaż. Różnice pomiędzy marketingiem i public relations. Rola relacji w NGO.	2
W. 3	Korzyści z posiadania rozpoznawalnej marki i dobrego wizerunku. Studium przypadku.	2
W. 4 - 5	Narzędzia do kreowania wizerunku w NGO i OPP. Tworzenie ofert. Zarządzanie pracą wolontariuszy. Szanse, ograniczenia i wyzwania.	4
W. 6	Networking. Rola eventów w budowaniu sieci relacji. Pozyskiwanie wsparcia - jak pozyskiwać partnerów i komunikować się organizacjami wspierającymi? Budowanie wizerunku OPP jako wiarygodnego partnera i beneficjenta. Rola kontaktów bezpośrednich i rekomendacji.	2
W. 7	Podsumowanie i sprawdzenie wiadomości. Test,	3
Suma godzin		15
VI Narzędzia dydaktyczne		
1.	Prezentacje	
2.	Materiały filmowe	
3.	Urządzenia interkomunikacyjne (tablica interaktywna, rzutnik multimedialny) oraz komputery.	
VII Metody dydaktyczne		
	Wykład, dyskusja	
VIII Sposoby oceny (F – formująca, P – podsumowująca)		
P.	Testy wielokrotnego wyboru lub otwarte sprawdzające wiedzę i umiejętności*	
IX Obciążenie pracą studenta		

Forma aktywności	Łączna i średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie zajęć)	15
Godziny kontaktowe z nauczycielem (w trakcie konsultacji, średnio na studenta)	6
Przygotowanie się do zajęć	7
Przygotowanie się do testu zaliczeniowego	32
SUMA	60
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	2

X Literatura podstawowa i uzupełniająca

Literatura podstawowa:

1. M. Łukasiuk PR NGO'sów
<http://www.isns.uw.edu.pl/pliki/wydawnictwa/magdalena-lukasiuk-pr-ngosow-komunikacja-strategiczna-organizacji-pozarzadowych.pdf>
2. E. Kotnis - Górka, M. Wysocki, Organizacje pozarządowe. Zarządzanie, kreowanie wizerunku i współpraca z mediami w III sektorze, Warszawa Onepress 2011
3. Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju, red. Olędzki, Tworzydło, Warszawa PWN 2010

Literatura uzupełniająca:

1. S. Black, Public relations, Warszawa 1998 i późniejsze

XI TABLICA POWIĄZAŃ EFEKTÓW PRZEDMIOTOWYCH I KIERUNKOWYCH Z CELAMI PRZEDMIOTU W ODNIESIENIU DO METOD ICH WERYFIKACJI

Efekty kształcenia	Odniesienie danego efektu do efektów zdefiniowanych dla całego programu (PEK)	Cele przedmiotu	Treści programowe	Narzędzia dydaktyczne	Metody dydaktyczne	Sposób oceny
EU 1	K_W02, K_W08, K_W11, K_W13	C1, C2, C3	W 1-7	1, 2, 3	1	P
EU 2	K_U08, K_U13, K_U14, K_U16	C1, C2,	W 2-6	1,2,3	1	P
EU 3	K_K02, K_K03	C 2, C3	W 1-7	1,2,3	1	P
EU 4	K_W01, K_W02	C1, C2	W 1-6	1,2,3	1	F, P

XII ZASADY WERYFIKACJI OCZEKIWANYCH EFEKTÓW KSZTAŁCENIA

W celu pełnej orientacji studenta, co do stawianych mu wymagań oraz zakresu sprawdzania opanowanych przez niego wiadomości i umiejętności **można** umieścić dodatkową informację precyzującą, jaką notę można otrzymać w zależności od stopnia opanowania danego efektu

XIII DODATKOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Informacja, gdzie można zapoznać się z materiałami do zajęć, np. prezentacjami, instrukcjami do laboratorium itp.*