

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>praca socjalna</b>
2.	Cykl rozpoczęcia	2015/2016 (semestr zimowy), 2016/2017 (semestr zimowy)
3.	Poziom kształcenia	studia drugiego stopnia
4.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
5.	Forma prowadzenia studiów	niestacjonarna

**Moduł kształcenia:** Public relations i reklama społeczna w pracy socjalnej i ekonomii społecznej

**Kod modułu:** 05-SP-ESPS-N2-PRIRS

1. Liczba punktów ECTS: 4

2. Zakładane efekty kształcenia modułu			
kod	opis	efekty kształcenia kierunku	stopień realizacji (skala 1-5)
PS2_PRIRS_1	Student posiada wiedzę dotyczącą podstawowych pojęć związanych z public relations, działaniami reklamowymi w tym ze szczególnym uwzględnieniem reklamy społecznej i jej uwarunkowań. Student zna i rozumie procesy społeczne, działania marketingowe oraz posiada wiedzę z zakresu oddziaływania uwarunkowań psychologicznych i społecznych wpływu przekazu reklamowego	PS2_K01 PS2_K02 PS2_U13 PS2_W01 PS2_W08	3 3 4 3 4
PS2_PRIRS_2	Student definiuje podstawowe problemy związane z efektywnym prowadzeniem działań PR oraz potrafi konstruować odpowiedni przekaz z zakresu kampanii społecznych	PS2_K03 PS2_U01 PS2_U03 PS2_W02 PS2_W07 PS2_W19	3 2 3 3 3 2
PS2_PRIRS_3	Student potrafi zanalizować daną sytuację Instytucji pod kątem działań PR. Student jest w stanie zanalizować przekaz reklamowy, wskazać jego słabe i mocne strony – dostrzec w jaki sposób może on zostać odebrany i jaki efekt może wywołać	PS2_U01 PS2_U09 PS2_U12 PS2_W21	4 3 3 3
PS2_PRIRS_4	Student rozumie konsekwencje i posiada postawę etyczną wobec podejmowanych działań z zakresu PR oraz działań reklamowych. Posiada wiedzę dotyczącą praw autorskich	PS2_K04 PS2_K06 PS2_K08	3 3 3

		PS2_U08	5
		PS2_W14	5
		PS2_W20	4
PS2_PRIRS_5	Student posiada kompetencje do projektowania i oceniania działań PR i reklamowych specyficznych dla instytucji pomocy społecznej	PS2_K03	3
		PS2_K09	3
		PS2_U05	3
		PS2_U06	2
		PS2_U16	4
		PS2_W01	4

3. Opis modułu	
<b>Opis</b>	Podczas trwania kursu student zapoznaje się z wiedzą z zakresu działań PR. Rozumie miejsce tych działań w organizacji, rozumie jakie znaczenie ma skuteczna komunikacja wewnętrzna i zewnętrzna firmy. Rozumie co warunkuje podejmowanie odpowiednich działań PR i uczy się jakie mogą być konsekwencje podejmowania lub zaniechania niektórych działań w relacji do specyfiki jednostek szeroko rozumianej pomocy społecznej. W drugiej części kursu student zapoznaje się z wiedzą odnoszącą się do reklamy, działań reklamowych. Poznaje specyfikę budowania i oddziaływania przekazu reklamowego od strony nadawcy- przekaźnika i odbiorcy ze szczególnym naciskiem na reklamę społeczną. Student poprzez wiedzę teoretyczną ale popartą analizami przypadków z zakresu PR i Reklamy oraz konstruowaniem własnych projektów- uczy się skutecznego działania w praktyce oraz posiada umiejętność krytycznej analizy zjawisk wchodzących w zakres działań PR i reklamy.
<b>Wymagania wstępne</b>	Wiedza z zakresu funkcjonowania i specyfiki jednostek szeroko rozumianej pomocy społecznej. Wiedza z zakresu psychologii społecznej.

4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu			
kod	nazwa (typ)	opis	efekty kształcenia modułu
PS2_PRIRS_w_1	egzamin	weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: egzamin ustny/ pisemny, zadanie problemowe, projekt (indywidualny/grupowy), praca w formie pisemnej, gdzie konieczne jest wykazanie się określoną wiedzą i umiejętnościami, np. esej, itp. -wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * egzamin pisemny lub test nie powinien stanowić jednej formy weryfikacji	PS2_PRIRS_1, PS2_PRIRS_2, PS2_PRIRS_3, PS2_PRIRS_4, PS2_PRIRS_5
PS2_PRIRS_w_2	sprawdzian	weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych na podstawie treści programowych modułu, literatury zamieszczonej w sylabusie oraz pracy własnej studenta - forma weryfikacji wybierana przez osobę prowadzącą np.: kolokwium, pisemna, zadanie problemowe, projekt (indywidualny/grupowy), praca w formie pisemnej, gdzie konieczne jest wykazanie się określoną wiedzą i umiejętnościami, np. esej, itp. Ale także udział w dyskusjach, aktywne uczestnictwo -wymagania określone i podane do wiadomości na początku semestru w sylabusie * kolokwium, sprawdzian lub test pisemny nie powinien stanowić jednej formy weryfikacji	PS2_PRIRS_1, PS2_PRIRS_2, PS2_PRIRS_3, PS2_PRIRS_4, PS2_PRIRS_5
PS2_PRIRS_w_3	Praca własna studenta (opcjonalnie)	Weryfikacja wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych i interpersonalnych studenta w oparciu o treści zajęć (uczestnictwo aktywne w zajęciach), wskazanych w sylabusie literaturę	PS2_PRIRS_5

	i doświadczenie własne, przedstawianie własnych analiz, projektów	
--	---	--

### 5. Rodzaje prowadzonych zajęć

kod	rodzaj prowadzonych zajęć			praca własna studenta		sposoby weryfikacji efektów kształcenia
	nazwa	opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)	liczba godzin	opis	liczba godzin	
PS2_PRIRS_fs_1	wykład	Wykład obejmujący teoretyczne podstawy z zakresu PR oraz Reklamy z wykorzystaniem pomocy audiowizualnych	14	Lektura podanych tekstów poszerzających wiedzę.	46	PS2_PRIRS_w_1
PS2_PRIRS_fs_2	ćwiczenia	Analiza treści wybranych tekstów z zakresu omawianego na wykładach. Przygotowywanie projektów z zakresu reklamy społecznej (projekty, analiza), ćwiczenia z zakresu PR np. budowanie wypowiedzi prasowych, analiza przypadków	12	Przygotowanie się do ćwiczeń poprzez przygotowanie tekstów, przygotowanie analiz, opracowanie projektów	48	PS2_PRIRS_w_2, PS2_PRIRS_w_3