

1.	<b>Nazwa kierunku</b>	<b>doradztwo polityczne i publiczne</b>
2.	Wydział	Wydział Nauk Społecznych
3.	Cykl rozpoczęcia	2020/2021 (semestr zimowy)
4.	Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
5.	Profil kształcenia	ogólnoakademicki
6.	Forma prowadzenia studiów	stacjonarna

**Moduł kształcenia:** Wprowadzenie do PR i reklamy

**Kod modułu:** WPRR

**1. Liczba punktów ECTS:** 2

<b>2. Zakładane efekty uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się kierunku</b>	<b>stopień realizacji (skala 1-5)</b>
WPRR_K1	jest zdolny do uczestnictwa w procesach projektowania strategii reklamowych i PR	DPiP_K06	4
WPRR_K2	ma świadomość znaczenia etyki w działalności PR i potrafi sprawnie posługiwać się zasadami etycznymi w praktycznej działalności	DPiP_K05	5
WPRR_U1	potrafi projektować działalność Public Relations w instytucjach i przedsiębiorstwach różnego rodzaju, dostosowując ją do ich specyfiki	DPiP_U19	4
WPRR_U2	potrafi ocenić efektywność prowadzonych działań reklamowych i PR oraz konsekwencje zastosowania różnych technik perswazyjnych	DPiP_U02	5
WPRR_U3	potrafi wykorzystać w konstrukcji przekazu reklamowego różne techniki perswazyjne oparte zarówno na argumentacji emocjonalnej, jak i racjonalnej	DPiP_U12	3
WPRR_W1	zna podstawowe metody i techniki wykorzystywane w PR oraz reklamie	DPiP_W02	4
WPRR_W2	ma podstawową wiedzę z zakresu terminologii używanej w reklamie i Public Relations	DPiP_W01	5
WPRR_W3	posiada wiedzę na temat struktur, instytucji społecznych i innych podmiotów wykorzystujących w swojej działalności techniki Public Relations oraz reklamy	DPiP_W07	3

**3. Opis modułu**

<b>Opis</b>	Moduł Wprowadzenie do PR i reklamy przygotowuje do praktycznej realizacji działań komunikacyjnych i kampanii reklamowych w instytucjach, firmach czy przedsiębiorstwach. Moduł ma na celu zapoznanie słuchaczy ze specyfiką, historią oraz charakterystyką PR, metodami i technikami stosowanymi w wewnętrznych i zewnętrznych działaniach, komunikacją z różnymi grupami otoczenia, w tym otoczeniem medialnym, a także podstawowych informacji z zakresu reklamy.
-------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<b>Wymagania wstępne</b>	Brak wymagań wstępnych
--------------------------	------------------------

<b>4. Sposoby weryfikacji efektów uczenia się modułu</b>			
<b>kod</b>	<b>nazwa (typ)</b>	<b>opis</b>	<b>efekty uczenia się modułu</b>
WPRR_w_1	Zaliczenie	Weryfikacja efektów uczenia się została dokładnie określona w sylabusie stworzonym dla modułu.	WPRR_K1, WPRR_K2, WPRR_U1, WPRR_U2, WPRR_U3, WPRR_W1, WPRR_W2, WPRR_W3

<b>5. Rodzaje prowadzonych zajęć</b>						
<b>kod</b>	<b>rodzaj prowadzonych zajęć</b>			<b>praca własna studenta</b>		<b>sposoby weryfikacji efektów uczenia się</b>
	<b>nazwa</b>	<b>opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)</b>	<b>liczba godzin</b>	<b>opis</b>	<b>liczba godzin</b>	
WPRR_fs_1	konwersatorium	Zajęcia prowadzone są z użyciem poniższych metod: - dyskusja moderowana przez prowadzącego ćwiczenia, - analizowanie oraz rozwiązywanie praktycznych problemów związanych z kreowaniem wizerunku, public relations i reklamą	30	Praca własna studenta obejmuje: - studiowanie literatury przedmiotu, - przygotowywanie wystąpień ustnych, - przygotowanie projektów zaliczeniowych, - przygotowanie do zaliczenia.	20	WPRR_w_1