**DAUGAVPILS UNIVERSITĀTES**

**STUDIJU KURSA APRAKSTS**

|  |  |
| --- | --- |
| Studiju kursa nosaukums | Sabiedriskās attiecības |
| Studiju kursa kods (DUIS) | Soci6002 |
| Zinātnes nozare | Sociālās zinātnes |
| Kursa līmenis | 6 |
| Kredītpunkti | 2 |
| ECTS kredītpunkti | 3 |
| Kopējais kontaktstundu skaits | 32 |
| Lekciju stundu skaits | 16 |
| Semināru stundu skaits | 16 |
| Praktisko darbu stundu skaits |  |
| Laboratorijas darbu stundu skaits |  |
| Studējošā patstāvīgā darba stundu skaits | 48 |
|  | |
| Kursa autors(-i) | |
| Mg.hist., Dmitrijs Oļehnovičs, Daugavpils Universitātes Vēstures katedras lektors | |
| Kursa docētājs(-i) | |
| Mg.hist., Dmitrijs Oļehnovičs, Daugavpils Universitātes Vēstures katedras lektors | |
| Priekšzināšanas | |
| nav | |
| Studiju kursa anotācija | |
| Studiju kursa mērķis – paplašināt studējošo zināšanas par sabiedrības sociālo struktūru, tās attīstības dimensijām un mijiedarbības tendencēm; sniegt zināšanas par sabiedrisko attiecību attīstību.  Kursa uzdevumi:  - iepazīstināt studējošos ar esošajām teorijām sabiedrisko attiecību pētīšanā un mūsdienu pētījumiem;  - sabiedrības politisko sistēmu un tās funkcionēšanu.  - studiju kurss paredz aktīvu studējošo dalību semināros, kā arī patstāvīgu praktisku pētījumu veikšanu.  Kursa aprakstā piedāvātie obligātie informācijas avoti studiju procesā izmantojami fragmentāri pēc docetāja norādijuma. | |
| Studiju kursa kalendārais plāns | |
| Lekcijas 16 st., semināri 16 st., patstāvīgais darbs 48st.  Lekciju tēmas (16 st.):  1. Sabiedrisko attiecību būtība. Jēdziens „sabiedriskās attiecības”. Sabiedrisko attiecību objekti un subjekti. L2  2. Kas ir sabiedrība? Sabiedrības attīstības posmi. Cilvēku bars – sabiedrība – pūlis. S.2.  3. Komunikācijas kanāli. Sabiedrisko attiecību mērķis un uzdevumi. L2  4. Sabiedriskās attiecības = attiecības ar sabiedrību. Jēdziena definīciju daudzveidība. S2  5. Sabiedriskas attiecības un Public Relations (PR). Sabiedriskās attiecības un reklāma. L2  6. SA un reklāma. Reklāmas stratēģijas. SA un reklāmas kampaņu mijiedarbības modeļi. S2  7. Sabiedriskās attiecības un propaganda. Sabiedriskās attiecības un menedžments.  Sabiedriskās attiecības kā sociālā tehnoloģija. Sabiedrisko attiecību kognitīvie, afektīvie un konatīvie aspekti. L2  8. SA un propaganda. Propagandas metodes. Propagandas ētiskie aspekti. S2  9. Sabiedrisko attiecību metodoloģija. Sabiedriskās attiecības kā administratīvā un politiskā menedžmenta sastāvdaļa. L2  10. Profesionālās ētikas juridiskie un morālie respekti. “Melnais” un “pelēkais” PR. S2  11. Sabiedrisko attiecību ētiskie aspekti. Sabiedrisko attiecību menedžeru funkcijas un kompetence. Profesionālā ētika. „Melnais” un „baltais” PR. Uzņēmuma noslēpums. Uzņēmuma imidžs. L2  12. Sabiedrisko attiecību juridiskie un tiesiskie aspekti. Valsts iestāžu, nevalstisko organizāciju (biedrību, klubu u.c.), politisko partiju un kustību funkcionēšanas pamatprincipi. Krīze. Krīzes situācijas pārvarēšana. Krīzes novēršanas tehnoloģija. Krīzes menedžments. S 2  13. Informācijas kampaņa. Informācijas kampaņas plānošana. L2  14. SA un propaganda. Propagandas metodes. Propagandas ētiskie aspekti.  Profesionālās ētikas juridiskie un morālie respekti. “Melnais” un “pelēkais” PR.  15. Attiecības ar plašsaziņas līdzekļiem (iesniegums, paziņojums, preses relīze, oficiāla atbilde u.c.). Vēlēšanu kampaņas.  16. Uzņēmuma tēla veidošana (dizains, moto, uzņēmuma zīmols). Uzņēmuma tēla veidošana: preses relīzes. Preses relīzes sagatavošana un aizstāvēšana. SA stratēģija. Stratēģijas elementi. Stratēģijas sagatavošana un aizstāvēšana. L2 | |
| Studiju rezultāti | |
| |  | | --- | | ZINĀŠANAS | | Studējošie pilnveido akadēmisko kompetenci:  •orientējas sociālo un komunikācijas zinātņu terminoloģijā;  •demonstrē zināšanas par sabiedrības procesu likumsakarībām;  •ir gatavi izdarīt secinājumus par sabiedrisko attiecību komponentiem un SA starpdisciplināru raksturu;  • izprot un spēj paskaidrot SA procesa savstarpējo mijiedarbību sociālo procesu funkcionēšanā. | | PRASMES | | Studējošie pilnveido prasmi izpaust akadēmisko kompetenci praktiskā darbībā:  demonstrē prasmi informācijas meklēšanā, atlasē, analīzē, salīdzināšanā un izmantošanā konkrētās situācijas analīzē, argumentētā diskutēšanā;  demonstrē prasmi mācību materiālu atlasē un izprot to izmantošanas pamatprincipus;  demonstrē spējas modelēt SA problēmas, patstāvīgi izstrādājot un aizstāvot projektu;  demonstrē prasmi patstāvīgi izstrādāt uzņēmuma “X” SA stratēģiju, aktualizējot uzņēmuma tēla veidošanas nepieciešamību un nozīmi. | | KOMPETENCE | | Studējošie pilnveido prasmi akadēmiskās kompetences pielietot vērtīborientētā rīcībā:  demonstrē kritisku izpratni par SA transformācijām mūsdienu pasaulē un spēj konceptuāli un argumentēti spriest par SA pretrunīgiem jautājumiem;  spēj kritiski vērtēt SA stratēģijas nozīmi uzņēmuma funkcionēšanā.  Kursa realizācijas gaitā studējošie:  prot patstāvīgi atrast informāciju, kas nepieciešama konkrētās situācijas analīzei, sevišķi akcentējot informācijas analīzes un izmantošanas iespējas un ierobežojumus;  gūstot zināšanas SA aktuālajiem jautājumiem:  spēs analītiski un kritiski spriest un diskutējot par SA aktualitātēm;  apzinās ietekmējošos faktorus uz SA stratēģiju un praktisko realizāciju;  spēs izteikt un aizstāvēt patstāvīgi izstrādātus atzinumus, izmantojot akadēmiskus un citus avotus;  spēs veidot komunikāciju un sadarbību ar plašsaziņas līdzekļiem;  veikt zīmola veicināšanas pasākumus, piesaistot un realizējot dažāda mēroga pasākumus;  organizēt, vadīt un realizēt reklāmas un publicitātes kampaņas;  argumentēti pamatot organizācijas vadības pozīciju skaidrošanu ar plašsaziņas līdzekļu starpniecību, kā arī sekot līdzi sabiedriski politiskajām norisēm, atbilstošu komunikācijas rīcības plānu izstrādājot;  veikt sabiedriski politisko notikumu paredzēšanu, monitoringu, modelēšanu un proaktīvas komunikācijas pasākumu vadīšanu plašsaziņās līdzekļos. | | |
| Studējošo patstāvīgo darbu organizācijas un uzdevumu raksturojums | |
| – iepazīšanās ar zinātnisko literatūru un informācijas analīze, gatavojoties semināriem – 26 st.;  – zinātniskās literatūras apzināšana un atlase patstāvīga inovatīva pētnieciska darba izstrādei un prezentācijas sagatavošanai – 14 st.;  – PowerPoint prezentācijas sagatavošana pār vienu no semināru tēmām – 8 st.  . | |
| Prasības kredītpunktu iegūšanai | |
| Piedalīšanās lekcijās–30%, piedalīšanās semināros prezentāciju sagatavošana un aizstāvēšana – 50%, eksāmens – 20%  STARPPĀRBAUDĪJUMI:  (starpārbaudijuma uzdevumi tiek izstrādāti un vērtēti pēc docētāja noteiktajiem kritērijiem)  1. Prezentācija par – .....%  2. –......%.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI  Studiju kursa apguve tā noslēgumā tiek vērtēta 10 ballu skalā saskaņā ar Latvijas Republikas normatīvajiem aktiem un atbilstoši "Nolikumam par studijām Daugavpils Universitātē" (apstiprināts DU Senāta sēdē 17.12.2018., protokols Nr. 15), vadoties pēc šādiem kritērijiem:iegūto zināšanu apjoms un kvalitāte, iegūtās prasmes un kompetences atbilstoši plānotajiem studiju rezultātiem.  STUDIJU REZULTĀTU VĒRTĒŠANA   |  |  |  |  |  |  |  |  |  | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | Pārbaudījumu veidi | Studiju rezultāti \* | | | | | | | | | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. | | 1. Reklāmas stratēģijas uzņēmumam "X" izstrāde. | + | + | + | + | + | + | + | + | | 2. Uzņēmuma "X" SA stratēģijas izstrāde. | + | + | + | + | + | + | + | + | | |
| Kursa saturs | |
| Sabiedrisko attiecību būtība un jēdziens „sabiedriskās attiecības”. Sabiedriskās attiecības un reklāma, propaganda un menedžments. Sabiedrisko attiecību kognitīvie, afektīvie un konatīvie aspekti. Sabiedrisko attiecību ētiskie aspekti un profesionālā ētika. Sabiedrisko attiecību juridiskie un tiesiskie aspekti. Attiecības ar plašsaziņas līdzekļiem (iesniegums, paziņojums, preses relīze, oficiāla atbilde u.c.). Krīzes novēršanas tehnoloģija un menedžments. | |
| Obligāti izmantojamie informācijas avoti | |
| Andrews M. Climate Change and Public Relations. StarTribune.com: St. Paul and Minnesota. Livefyre, 11 Aug. 2014. Web. 25 Nov. 2014.  Breakenridge D. Social media and public relations: Eight new practices for the pr professional, New jersey: FT Press, 2012.  Davies N. Flat Earth News. Londons, N.Y: Random House, 2009.  Dimants A., Russ-Mols S. Žurnālistika. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2009.  Filipss D., Jangs F. Sabiedriskās attiecības tiešsaistē. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2010.  Frost C. Reporting for Journalists. London: Routledge, 2009.  Gregorija A. Sabiedriskās attiecības praksē. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2007.  Gregorija A. Sabiedrisko attiecību kampaņu plānošana un vadīšana. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2007. | |
| Papildus informācijas avoti | |
| Grīns E. Efektīva personiskā saziņa sabiedriskajās attiecībās. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2008  Grīns E. Radošas sabiedriskās attiecības. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2008.  Herbsts D. Komunikācija uzņēmumā. Rīga: Zvaigzne ABC, 2007.  Herbsts D. Sabiedriskās attiecības. Rīga: Zvaigzne ABC, 2006.  Katlips S.M. Sabiedriskās attiecības. Rīga: Avots, 2002.  Kruks S. Radiožurnālistika. Rīga: Valters un Rapa, 2005.  Kūpers Ī. Prasme uzdot pareizos jautājumus. Rīga: Zvaigzne ABC, 2009.  Olivera S. Sabiedrisko attiecību stratēģija. Rīga: Lietišķās informācijas dienests, 2009.  Rožukalne A. Kas? Kur? Kāda? Mūsdienu mediju auditorija. Rīga: Biznesa augstskola Turība, 2011.  Thomson D. Have You Seen...? London: Allen Lane, 2010.  Veinberga S. Mediju misija. Preses attīstības tendences Latvijā. Rīga: Zvaigzne ABC, 2010.  Veinberga S. Publiskās attiecības. Teorija un prakse. Rīga: Zvaigzne ABC, 2004.  Vilks I. Zinātniskā ētika jeb domājošā cilvēka ceļš. Rīga: Mācību grāmata, 2008.  Walsh M. Futuretainment. London: Phaidon Press, 2009. | |
| Periodika un citi informācijas avoti | |
| Žurnāli: DU SPI žurnāls „Sociālo Zinātņu Vēstnesis”, “ Latvijas Zinātņu akadēmijas Vēstis”, „Acta Universitatis Latviensis”, „Social Indicators Research”, “International Politics”;  www.politika.lv  www.soczin.times.lv  http://www.citapolitika.lv/  http://www.balticforum.org/index.php?catalogue&id=23&cid=909  www.dialogi.lv  www.cvk.lv  www.saeima.lv  http://www.globalaffairs.ru/numbers/  http://news.bbc.co.uk/2/hi/  <http://www.mk.gov.lv/>  http://donhalepr.com/?p=163 | |
| Piezīmes | |
|  | |