

Studiju kursa nosaukums		SABIEDRISKO ATTIECĪBU KAMPAŅU VEIDOŠANA	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)	2/3	Apjoms (stundās)	80
Priekšzināšanas	Nav nepieciešamas		
Zinātņu nozare	Vadības		
Zinātņu apakšnozare			
Akadēmisko stundu kopsavilkums		Apjoms (akadēmiskās stundas)	
Tālmācības nodarbības		40	
Kontaktstundas / video lekcijas		8	
Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi		14	
Patstāvīgie darbi/attālinātās diskusijas		16	
Eksāmena/Ieskaites darbs		2	
1. līmeņa profesionālās studiju programmas	Mārketinga un tirdzniecība		
Studiju kursa autors(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa pasniedzējs(i)	Mg.sc.soc. Ligita Āzena		
Studiju kursa mērķis:	Studējošajos radīt izpratni par sabiedrisko attiecību kampaņu daudzveidību un to pielietojumu organizācijās, lai attīstītu prasmes sabiedrisko attiecību kampaņu veidošanā un realizācijā.		
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kursa novērtējuma struktūra):	Gala vērtējums tiek aprēķināts: Moodle diskusija/patstāvīgie darbi – 50 % Eksāmens/ieskaite – 50 %  Lai izliktu gala vērtējumu, abās aktivitātēs jāuzrāda sekmīgs vērtējums – ne zemāks kā 4 balles. Gala vērtējums ir vidējā atzīme 10 balļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.		
Studiju rezultāti			
1. Zināšanas: 1.1. Studējošais izvērtē un izklāsta sabiedrisko attiecību kampaņu veidošanu dažādu jomu organizācijās un dažādās situācijās (diskusija); 1.2. Studējošais definē un salīdzina sabiedrisko attiecību kampaņu jēdzienus, un interpretē to lietojumu dažādās situācijās un pamato savu izvēli (noslēguma darbs). 2. Prasmes: 2.1. Studējošais analizē sabiedrisko attiecību kampaņu veidošanu dažādu jomu organizācijās un dažādās situācijās, un raksturo izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus (diskusija). 3. Kompetence: 3.1. Studējošais novērtē un sistematizē mūsdienu sabiedrisko attiecību kampaņu veidošanas tendences un pielietotās jaunākās tehnoloģijas, pamato savu viedokli, lai ilustrētu sabiedrisko attiecību kampaņu efektivitāti (diskusija, noslēguma darbs).			
Studiju kursa saturs			

N.p.k.	Temati	Kontaktstundas, video, audio lekcijas	Tālmācības nodarbības	Vingrinājumi, pašpārbaudes jautājumi un testi	Patstāvīgie darbi - attālinātās diskusijas. Patstāvīgā darba apraksts pieejams e- studiju vidē	Ieskaite
1.	Sabiedrisko attiecību plānošana un vadīšana 1.1.Sabiedrisko attiecību plānošana 1.2.Sabiedrisko attiecību nozīme biznesā 1.3.Sabiedrisko attiecību speciālista nozīme uzņēmumā 1.4.Sabiedrisko attiecību darba organizēšana 1.5.Sabiedriskās attiecības praksē	8	4	1	2	2
2.	Sabiedriskās attiecības un sabiedrība 2.1. Sabiedriskās attiecības kontekstā 2.2. Uzņēmuma attīstība – biznesa stadija 2.3 uzņēmuma raksturojums un sabiedriskā doma 2.4 Faktori, kuri ietekmē sabiedrisko attiecību plānošanu		6	2	2	
3.	Sabiedrisko attiecību plānošanas process 3. 1. Sabiedrisko attiecību plānošanas nozīme 3.2. Sabiedrisko attiecību politika 3.3. Plānošanas pamatjautājumi 3.4. Plānošanas stadijas		4	1	2	
4.	Sabiedrisko attiecību plānošana un analīze 4.1. Analīze pirmais plānošanas solis		4	2	2	

	4.2. Ieinteresētās puses un pētījumi 4.3. Pētniecības process					
5.	Sabiedrisko attiecību kampaņu mērķu noteikšana 5.1. Attieksmes nozīme uzvedības maiņas procesā 5.2. Komunikācijas ķēde 5.3. Komunikācija internetā 5.4. Mērķu nospraušana	6	2	2		
6.	Sabiedrība un vēstījuma veidošana 6.1. Sabiedriskā doma 6.2. Vēstījuma veidošana 6.3. Mediju auditorija	6	2	2		
7.	Sabiedrisko attiecību stratēģija un taktika Laika ierobežojumi un resursi kampaņu plānošanā 7.1. Stratēģijas būtība 7.2. No stratēģijas pie taktikas 7.3. Ārkārtas darbību plānošana 7.4. Laika ierobežojumi 7.5. Ilgtermiņa plāni 7.6. Resursi	6	2	2		
8.	Sabiedrisko attiecību kampaņu vērtējums un pārskats 8.1. SMART modelis 8.2. Panākumu novērtēšana 8.3. Vērtēšanas principi	4	2	2		
<b>KOPĀ:</b>		8		40	14	16
<b>80</b>						

**Apgūstot studiju kursu un sekmīgi nokārtojot pārbaudījumus, studējošais spēj** (*zināšanas, prasmes un kompetences*)

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
<b>Zināšanas</b>	nosaukt un atpazīt terminus	definēt un atpazīt terminoloģiju	izprast un piedāvāt situāciju risinājumu

<b>Prasmes</b>	lietot un pamatot terminu pielietojumu	pārbaudīt un analizēt terminu pielietojumu praksē	sintezēt, modelēt un diskutēt par reālām problēmsituācijām
<b>Kompetences</b>	atbildība, iniciatīva un radošums novērtējot reālas problēmsituācijas	lēmumu pieņemšana, kritiskā domāšana reālās problēmsituācijās, prezentācijas prasmes piedāvājot risinājumus problēmsituācijās	organizēšanas un plānošanas prasmes un pašdisciplīna risinot dažādas sarežģītības jautājumus un pieņemt pamatotus lēmumus

**Iegūto studiju rezultātu apliecinājums**

<div>Studiju rezultāti</div> <div>Novērtēšanas metode</div>	1. zināšanas	2. prasmes	3. kompetences	....
Attālinātā diskusija	X	X	X	
Ieskaite	X		X	

**Pamatliteratūra**

1.	Gregorija A. "Sabiedrisko attiecību kampaņu plānošana un vadīšana", PR sērija, LID, 2008.
2.	Rožukalne A. "KAS? KUR? KĀDA? MŪSDIENU MEDIJU AUDITORIJA" «Biznesa augstskola Turība», 2011.
3.	Gregorija A. "Sabiedriskās attiecības praksē", PR sērija, LID, 2007.

**Papildliteratūra**

1.	Grīns E. "Efektīva personiskā saziņa sabiedriskajās attiecībās", PR sērija, LID, 2008.
2.	Grīns E. "Radošas sabiedriskās attiecības", PR sērija, LID, 2008
3.	"Current Debates in public relations & communication studies", 2017.
4.	"For courses in public relations", 2017.

**Ieteicamā periodika**

1.	<a href="http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf">http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf</a>
----	---