

Studiju kursa nosaukums		SABIEDRISKĀS ATTIECĪBAS	
Apjoms kredītpunktos/ ECTS)		2/3	Apjoms (stundās) 80
Priekšzināšanas		Nav nepieciešamas	
Zinātņu nozare		Sociālās zinātnes	
Zinātņu apakšnozare		Mediji un komunikācijas zinātne	
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 sabiedriskajām attiecībām, to plānošanu organizācijās, lai attīstītu prasmes plānot un vadīt sabiedrisko attiecību programmas un izvēlēties atbilstošākos sabiedriskos instrumentus.	
Prasības kredītpunktu iegūšanai (kurša 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 baļļu sistēmā, proporcionāli abu minēto aktivitāšu procentuālajam sadalījumam.	
Studiju rezultāti			
1. Zināšanas: 1.1. Studējošais izvērtē un izklāsta sabiedrisko attiecību lietojumu un plānošanu dažādās situācijās (diskusija); 1.2. Studējošais definē un salīdzina sabiedrisko attiecību jēdzienus, un interpretē to lietojumu dažādās situācijās un pamato savu izvēli (noslēguma darbs). 2. Prasmes: 2.1. Studējošais analizē sabiedrisko attiecību plānošanu dažādās situācijās un raksturo izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus (diskusija). 3. Kompetence: 3.1. Studējošais novērtē un sistematizē mūsdienu sabiedrisko attiecību tendences un pamato savu viedokli, lai noformulētu sabiedrisko attiecību efektīvu pielietošanu (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.	Komunikācija un sabiedriskās attiecības: jēdzienu skaidrošana 1.1.Komunikācijas definīcijas 1.2.Komunikācijas procesa elementi 1.3.Sabiedrisko attiecību definīcijas 1.4.Sabiedriskās attiecības kā process	8	4	1	2	2
2.	Sabiedrisko attiecību speciālists: kopīgais un atšķirīgais ar žurnālistu un mārketinga speciālistu 2.1. Sabiedrisko attiecību speciālista kompetence 2.2. Sabiedrisko attiecību speciālista uzdevumi 2.3 Sabiedriskās attiecības un ētika 2.4 Sabiedriskās attiecības, žurnālistika un mārketinga		6	2	2	
3.	Sabiedrisko attiecību instrumenti 3. 1. Mediju attiecības 3.2. Mediju izbraukumi 3.3. Ziņu vēstules 3.4. Speciālie pasākumi 3.5. Uzstāšanās 3.6. Sponsorēšana 3.7. Iekšējā komunikācija 3.8. Kopienas attiecības 3.9. Reprezentācijas materiāli		4	1	2	
4.	Sabiedrisko attiecību mērķauditorija 4.1. Publika un auditorija 4.2. Iesaistītās puses		4	2	2	
5.	Iekšējās sabiedriskās attiecības 5.1. Iekšējā komunikācija		6	2	2	

	5.2. Lejupvērstā un augšupvērstā komunikācija 5.3. Iekšējās komunikācija plānošana 5.4. Iekšējo sabiedrisko attiecību kanāli					
6.	Sabiedrisko attiecību plānošana 6.1. Plānotas komunikācijas pamatjautājumi 6.2. Sabiedrisko attiecību plānošana 6.2.1. Analīze 6.2.2. Plānošana 6.2.3. Realizēšana 6.2.4. Kontrole		6	2	2	
7.	Sabiedrisko attiecību stratēģijas un taktikas 7.1. Sabiedrisko attiecību stratēģija 7.2. Sabiedrisko attiecību taktikas 7.3. Mediju lietojuma priekšrocības un trūkumi		6	2	2	
8.	Sabiedrisko attiecību modeļi 8.1. Preses aģenta jeb publicitātes modelis 8.2. Sabiedrības informēšanas modelis 8.3. Divvirzienu asimetriskais modelis 8.4. Divvirzienu simetriskais modelis 8.5. Sabiedrisko attiecību modeļi mūsdienās		4	2	2	
KOPĀ:		8	40	14	16	2
		80				

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

Studiju rezultāti:	Novērtēšanas kritēriji		
	(40-69%)	(70-89%)	(90-100%)
Zināšanas	Nepilnīgi izvērtē un izklāsta sabiedrisko attiecību lietojumu un plānošanu situācijā,	Izvērtē un izklāsta sabiedrisko attiecību lietojumu un plānošanu situācijā,	Izvērtē un izklāsta sabiedrisko attiecību lietojumu un plānošanu

	definē un salīdzina sabiedrisko attiecību jēdzienus, bet neinterpretē to lietojumu dažādās situācijās un nepamato savu izvēli	definē un salīdzina sabiedrisko attiecību jēdzienus, interpretē to lietojumu situācijā un pamato savu izvēli	dažādās situācijās, definē un salīdzina sabiedrisko attiecību jēdzienus, interpretē to lietojumu dažādās situācijās un pamato savu izvēli, piedāvā priekšlikumus pilnveidei
Prasmes	Nepilnīgi analizē sabiedrisko attiecību plānošanu dažādās situācijās, nevar raksturot izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus	Analizē sabiedrisko attiecību plānošanu dažādās situācijās un raksturo izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus	Teicami analizē sabiedrisko attiecību plānošanu dažādās situācijās un raksturo izmantotos sabiedrisko attiecību instrumentus, piedāvā priekšlikumus pilnveidei
Kompetences	Novērtē un sistematizē mūsdienu sabiedrisko attiecību tendences, bet nepamato savu viedokli, lai noformulētu sabiedrisko attiecību efektīvu pielietošanu s	Novērtē un sistematizē mūsdienu sabiedrisko attiecību tendences, nepilnīgi pamato savu viedokli, lai noformulētu sabiedrisko attiecību efektīvu pielietošanu s	Precīzi un sistematizē mūsdienu sabiedrisko attiecību tendences, detalizēti pamato savu viedokli, lai noformulētu sabiedrisko attiecību efektīvu pielietošanu s
Iegūto studiju rezultātu apliecinājums			
Studiju rezultāti	1. zināšanas	2.prasmes	3.kompetences
Novērtēšanas metode			
Attālinātā diskusija	X	X	X
Ieskaite	X	-	X
Vispārējai lietošanai	Spēkā ar 01.03.2021.	Versija 4	lpp 4 no 5

Pamatliteratūra

1. Herbsts D. "Sabiedriskās attiecības", Rīga, Zvaigzne ABC, 2006.
2. Kazaka O. "Pirmā PR grāmata", Rīga, 2019.
3. Gregorija A. "Sabiedriskās attiecības praksē", PR sērija, LID, 2007.
4. Skots M. Katlips, Alens H. Senters, Glens M. Brūms. "Sabiedriskās attiecības", Rīga, Avots, 2002.
5. Veinberga S. "Komunikācija. Teorija un prakse", Sava grāmata, 2019.

Papildliteratūra

1. Dimants A., Russ-Mols S. "Žurnālistika", Biznesa augstskola Turība, 2009.
2. Grīns E. "Radošas sabiedriskās attiecības", PR sērija, LID, 2008
3. Rožukalne A. "Kas? Kur? Kāda? Mūsdienu mediju auditorija", Biznesa augstskola Turība, 2011.
4. "Current Debates in public relations & communication studies", 2017.
5. "For courses in public relations", 2017.

Ieteicamā periodika

1. http://www.integration.lv/uploads/files/informativie-materiali/mediji_un_daudzveidiba.pdf