

SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2022- 2025
Rok akademicki 2022/2023

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

Nazwa przedmiotu	MEDIA RELATIONS I WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI
Kod przedmiotu*	II C13
nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytutu Polonistyki i Dziennikarstwa UR
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Studia I st.
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	I rok / 2 semestr
Rodzaj przedmiotu	specjalnościowy
Język wykładowy	polski
Koordinator	dr Jarosław Kinal (członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS)
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	dr Joanna Trzaska-Wieczorek (autorka programu)

* -opcjonalnie, zgodnie z ustaleniami w Jednostce

1.1. Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

Semestr (nr)	Wykł.	Ćw.	Konw.	Lab.	Sem.	ZP	Prakt.	Inne (jakie?)	Liczba pkt. ECTS
2	10	-	15	-	-	-	-	-	4

1.2. Sposób realizacji zajęć

Zajęcia w formie stacjonarnej oraz realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość (zajęcia prowadzone są w formie zdalnej, jeśli wynika to z aktualnie obowiązujących przepisów).

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu

ZALICZENIE Z OCENĄ, EGZAMIN

2. WYMAGANIA WSTĘPNE

<p>Student posiada podstawową wiedzę w zakresie technik komunikowania. Student identyfikuje najważniejsze podmioty na aktualnej mapie mediów krajowych.</p>

3. CELE, EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu

C1	Pozyskanie wiedzy z obszaru Media Relations.
C2	Przygotowanie do analizy i oceny realizowanych w instytucji działań komunikacyjnych.
C3	Przygotowanie do samodzielnego tworzenia strategii komunikacji zewnętrznej.
C4	Nabycie kompetencji współpracy z mediami opartej na wzajemnej identyfikacji potrzeb.

3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych ¹
EK_01	zna aparat pojęciowy i narzędzia MR	K_W01
EK_02	zna cele komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej w organizacji	K_W04
EK_03	ma wiedzę na temat zasad prowadzenia działalności w zakresie Media Relations z uwzględnieniem różnych typów i specyfiki działania mediów	K_W04
EK_04	posługuje się terminami właściwymi dla MR i PR	K_U01
EK_05	umie zaplanować i przeprowadzić kampanię informacyjną	K_U02
EK_06	student potrafi skonstruować narzędzia komunikacji sprofilowane pod kątem konkretnych rodzajów mediów	K_U02
EK_07	samodzielnie poszukuje propozycji rozwiązań sytuacji kryzysowych bazując na sytuacjach symulowanych podczas zajęć	K_U02
EK_08	jest otwarty na współpracę z mediami jako partnerem i istotnym komponentem życia publicznego	K_K03
EK_09	przejmuje rolę lidera w konstruowaniu przekazu zewnętrznego, jednocześnie jest otwarty na pracę zespołową i wzajemne inspirowanie się przez osoby go tworzące	K_K03

3.3. Treści programowe

- A. Problematyka wykładu
- B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, **konwersatoryjnych** i zajęć praktycznych

A. Treści merytoryczne
Część wykładowa ma na celu zaznajomienie studentów z podstawowymi informacjami na temat ram prawnych, historii i praktycznych aspektów istotnych dla obszaru budowania relacji z mediami. W szczególności - na historyczny rozwój postrzegania ich roli, problemy definicyjne, relacje pomiędzy działaniami MR a innymi sposobami komunikacji publicznej i organizacyjnej. Studia przypadków wprowadzą studentów w praktyczną stronę tej działalności., m.in. krytycznego analizowania parametrów funkcjonowania instytucji istotnych z perspektywy jej wizerunku, formułowania strategii, wyboru taktyki i narzędzi, realizacji programów komunikacji oraz ich ewaluacji.
Zajęcia przyjmą formę konwersatoriów poprzedzonych wykładem na temat trenowanego zakresu umiejętności zmierzających do przygotowania uczestników do efektywnego

¹ W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela.

wykorzystywania wiedzy teoretycznej w praktyce.
Wspomagającymi metodami pracy będą symulacje i dyskusje moderowane.

3.4. Metody dydaktyczne

3.4.1. Wykład z prezentacją multimedialną.

3.4.2. Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, praca w grupach (rozwiązywanie zadań), projektowanie strategii komunikacji medialnej.

3.4.3. Metody kształcenia na odległość: przesłanie materiałów w formie prezentacji on-line

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody oceny efektów uczenia się (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych
EK_01	EGZAMIN, PROJEKT	WYKŁAD, ĆWICZENIA
EK_02	EGZAMIN, PROJEKT	WYKŁAD, ĆWICZENIA
EK_03	EGZAMIN, PROJEKT	WYKŁAD, ĆWICZENIA
EK_04	EGZAMIN, PROJEKT	WYKŁAD, ĆWICZENIA
EK_05	PROJEKT, AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH	WYKŁAD, ĆWICZENIA, MET. KSZT. NA ODLEGŁ.
EK_06	PROJEKT, AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH	WYKŁAD, ĆWICZENIA, MET. KSZT. NA ODLEGŁ.
EK_07	PROJEKT, AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH	WYKŁAD, ĆWICZENIA, MET. KSZT. NA ODLEGŁ.
EK_08	PROJEKT, AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH	WYKŁAD, ĆWICZENIA, MET. KSZT. NA ODLEGŁ.
EK_09	PROJEKT, AKTYWNOŚĆ NA ZAJĘCIACH	WYKŁAD, ĆWICZENIA, MET. KSZT. NA ODLEGŁ.

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

<p>4.2.1. Student jest zobowiązany przystąpić do egzaminu sprawdzającego wiedzę, opierającego się na materiale z wykładów (prezentacja) i zalecanej literaturze obowiązkowej.</p> <p>4.2. Zajęcia mają charakter autorski, dlatego wymagana jest obecność studenta (min. 50 % wymiaru godzin kontaktowych wynikających z harmonogramu studiów).</p>

5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS

Forma aktywności	Średnia na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające	25

z harmonogramu studiów	
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach on-line)	5
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, kolokwium, realizacja projektu, analiza zadanych casestudies)	80
SUMA GODZIN	110
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	4

** Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

wymiar godzinowy	Nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	Nie dotyczy

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

- Adam Łaszyn, Media i ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami, Wyd. Message House, Warszawa 2015
- Bronowicz M., Komunikacja wizerunkowa. Public relations, reklama, branding, Wydawnictwo Astrum, Wrocław 2015
- Bożena Uścińska, Jolanta Ciamciara, Komunikacja wizerunkowa w mediach, Wyd. Astrum, Wrocław 2015
- Murdoch A., Komunikowanie w kryzysie. Jak ratować wizerunek firmy, Poltext, Warszawa 2003

Literatura uzupełniająca:

- Budzyński W., Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy, Poltext, Warszawa 2003
- Kaczmarek-Śliwińska M., Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Wydawnictwo Difin, Warszawa 2011

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej