

SYLABUS
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2021-2022
(skrajne daty)

1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE/MODULE

Nazwa przedmiotu/ modułu	Public relations
Kod przedmiotu/ modułu*	KM45
Wydział (nazwa jednostki prowadzącej kierunek)	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Filozofii
Kierunek studiów	Komunikacja międzykulturowa
Poziom kształcenia	Studia I stopnia
Profil	ogólnoakademicki
Forma studiów	stacjonarne
Rok i semestr studiów	I rok, sem. 2
Rodzaj przedmiotu	Fakultatywny
Język wykładowy	j. polski
Koordynator	Dr Sylwester Łysiak
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	Dr Sylwester Łysiak

* - zgodnie z ustaleniami na Wydziale

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			15						2

1.2. Sposób realizacji zajęć

Zajęcia w formie tradycyjnej

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu /modułu (z toku) - zaliczenie z oceną**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Umiejętność współpracy w grupie i nawiązywania relacji międzyludzkich, poszanowanie godności współobywatela i mienia społecznego, chęć utożsamiania się z otoczeniem w którym student funkcjonuje.

3. CELE, EFEKTY KSZTAŁCENIA, TREŚCI PROGRAMOWE I STOSOWANE METODY DYDAKTYCZNE

3.1 Cele przedmiotu/modułu

C1	Przygotowanie studentów do dbałości o pozytywny wizerunek własnej osoby, firmy, organizacji, otoczenia w którym funkcjonują.
C2	Nabycie umiejętności efektywnej komunikacji społecznej wewnętrznej i zewnętrznej, zarządzania informacją, reklamą, promocją.
C3	Poznanie odpowiednich metod pijarowskich ułatwiających relacje publiczne

3.2 Efekty kształcenia dla przedmiotu/ modułu (wypełnia koordynator)

EK (efekt kształcenia)	Treść efektu kształcenia zdefiniowanego dla przedmiotu (modułu)	Odniesienie do efektów kierunkowych (KEK)
EK_01	Ma podstawową wiedzę o relacjach między strukturami i instytucjami społeczno-kulturalnymi w skali międzynarodowej i międzykulturowej	K_W10
EK_02	Posiada podstawowe umiejętności badawcze, obejmujące formułowanie i analizę problemów badawczych, dobór metod, prezentację wyników, pozwalające na rozwiązanie problemów w zakresie dyscyplin dotyczących komunikacji międzykulturowej.	K_UO2
EK_03	Rozumie różne dylematy związane z komunikacją międzykulturową.	K_KO4

3.3 Treści programowe (wypełnia koordynator)

A. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

<p>Treści merytoryczne</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Publik relations – podstawowe definicje. 2. PR jako imagistyka społeczna – pozytywny wizerunek osoby w społeczeństwie. 3. Relacje z otoczeniem – klienci, mieszkańcy, pracownicy, członkowie organizacji i stowarzyszeń lokalnych. 4. Nauka i sztuka osiągnięcia harmonii z otoczeniem – wzajemne porozumienie, funkcja informacji, perswazji, dostosowania się. 5. Relacje z mediami. 6. Identyfikacja wizualna firmy, osoby, produktu, usługi, reklama i promocja. 7. Organizacja imprez, spotkań (eventów). 8. e –PR- relacja z blogerami.
--

9. Monitorowanie mediów – media tradycyjne i elektroniczne.
10. Budowanie pozytywnego wizerunku firmy i pracodawcy.
11. Komunikowanie się, kontakty międzyludzkie jako podstawowa, klasyczna metoda relacji.
12. Wizyta studentów w biurze PR, reklamy i promocji.

3.4 Metody dydaktyczne

analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja), gry dydaktyczne.

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów kształcenia

Symbol efektu	Metody oceny efektów kształcenia (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć)	Forma zajęć dydaktycznych (w, ćw, ...)
K_W10	KOŁOKWIUM USTNE	KONWERSATORIUM
K_UO2	PROJEKT PRAKTYCZNY	KONWERSATORIUM
K_KO4	SPRAWOZDANIE	KONWERSATORIUM

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Studenci potrafią zdefiniować podstawowe pojęcia PR oraz przygotowują w trakcie zajęć projekt reklamowy promujący wizerunek danej firmy lub podmiotu indywidualnego.

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające planu z studiów	15
Inne z udziałem nauczyciela (udział w konsultacjach, egzaminie)	20
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	20
SUMA GODZIN	55
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS	2

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

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU/ MODUŁU

wymiar godzinowy	
zasady i formy odbywania praktyk	

7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

1. Budzyński W. , *Publik relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość*, Warszawa 2017.
2. Sobkowiak L. , *Publik relations jako forma komunikowania masowego*, Wrocław 1999.
3. Black S. , *Publik relations*, Warszawa 1998.

Literatura uzupełniająca:

1. Szacki T. , *Promocja, reklama, aktywizacja sprzedaży*, Warszawa 1995.
2. Wójcik T. , *Encyklopedia biznesu*, t.2. Warszawa 1995.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej