

## SYLABUS

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2022-2023

(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

C <sub>1</sub>	Przygotowanie studentów do dbałości o pozytywny wizerunek własnej osoby, firmy, organizacji, otoczenia w którym funkcjonują.
C <sub>2</sub>	Nabywanie umiejętności efektywnej komunikacji społecznej wewnętrznej i zewnętrznej, zarządzania informacją, reklamą, promocją.
C <sub>3</sub>	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

Treści merytoryczne

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	KOLOKWIMUM 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 OSIĄNIĘCIA 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
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>2</b>

\* 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

<p>Literatura podstawowa:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Budzyński W. , <i>Publik relations. Wizerunek, reputacja, tożsamość</i>, Warszawa 2017.</li> <li>2. Sobkowiak L. , <i>Publik relations jako forma komunikowania masowego</i>, Wrocław 1999.</li> <li>3. Black S. , <i>Publik relations</i>, Warszawa 1998.</li> </ol>
<p>Literatura uzupełniająca:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Szacki T. , <i>Promocja, reklama, aktywizacja sprzedaży</i>, Warszawa 1995.</li> <li>2. Wójcik T. , <i>Encyklopedia biznesu</i>, t.2. Warszawa 1995.</li> </ol>

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej