

**SYLABUS**

DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2021/2022 – 2023/2024  
Rok akademicki 2023/2024

**1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	<b>Podstawy public relations</b>
Kod przedmiotu*	IC1/24
Nazwa jednostki prowadzącej kierunek	Kolegium Nauk Humanistycznych
Nazwa jednostki realizującej przedmiot	Instytut Polonistyki i Dziennikarstwa
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
Profil	Ogólnoakademicki
Forma studiów	Stacjonarne
Rok i semestr/y studiów	III rok, VI semestr
Rodzaj przedmiotu	Kierunkowy z zakresu mediów
Język wykładowy	Polski
Koordinator	Członek Zespołu Programowego kierunku studiów DiKS dr Jakub Czopek
Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących	<b>Dr Jakub Czopek (autor programu)</b>

\* -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
VI	20								2

**1.2. Sposób realizacji zajęć**

w formie tradycyjnej

zajęcia 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 (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)**

EGZAMIN

**2. WYMAGANIA WSTĘPNE**

Podstawowa wiedza na temat komunikacji międzyludzkiej, funkcjonowania mediów i ich społecznego oddziaływania

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

### 3.1 Cele przedmiotu

C1	Zaznajomienie studentów z charakterystyką public relations
C2	Zapoznanie z podstawowymi narzędziami do prowadzenia działalności public relations
C3	Zapoznanie studentów ze sposobami wpływu na opinię publiczną za pomocą public relations

### 3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu

EK (efekt uczenia się)	Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych <sup>1</sup>
EK_01	Student zna podstawową terminologię związaną z public relations	K_Wo1
EK_02	Student ma wiedzę na temat metodologii działalności public relations	K_Wo2
EK_03	Student zna zasady konstruowania podstawowej strategii działań public relations i realizowania jej w różnych typach mediów	K_Wo4
EK_04	Student umie wykorzystać podstawowe narzędzia public relations	K_Uo2
EK_05	Student ma świadomość zobowiązań wobec środowiska społecznego wynikających z charakteru działalności public relations	K_Ko3

### 3.3 Treści programowe

#### A. Problematyka wykładu

Treści merytoryczne
Podstawowe definicje związane z public relations – 2 godz.
Modele public relations – 2 godz.
Strategia działań PR – 2 godz.
Kontakty z mediami – media relations - komunikat dla mediów – 2 godz.
Konferencja prasowa – 1 godz.
Organizacja eventów – 1 godz.
Komunikacja w sytuacjach kryzysowych – 2 godz.
Sponsoring i lobbying – 2 godz.
Corporate Social Responsibility (CSR) – 2 godz.
PR wewnętrzny – 2 godz.
Etyka działań PR – 2 godz.

#### B. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

Treści merytoryczne

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

### 3.4 Metody dydaktyczne

Wykład z prezentacją multimedialną, analiza przypadków.

## 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 (w, ćw, ...)
EK_01	EGZAMIN	WYKŁAD
EK_02	EGZAMIN	WYKŁAD
EK_03	EGZAMIN	WYKŁAD
EK_04	EGZAMIN	WYKŁAD
EK_05	EGZAMIN	WYKŁAD

### 4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wszystkich efektów uczenia się zdefiniowanych dla tego przedmiotu Przelicznik ocen za odpowiedni procent uzyskanych punktów na teście pisemnym: - do 50% - niedostateczny, - 51% - 60% - dostateczny, - 61% - 70% - dostateczny plus, - 71% - 80% - dobry, - 81% - 90% - dobry plus, - 91% - 100% - bardzo dobry
---

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

Forma aktywności	Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów	20
Inne z udziałem nauczyciela akademickiego (udział w konsultacjach, egzaminie)	2
Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.)	Przygotowanie do egzaminu - 23 Studiowanie literatury – 15
SUMA GODZIN	60
<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

wymiar godzinowy	Nie dotyczy
zasady i formy odbywania praktyk	Nie dotyczy

## 7. LITERATURA

Literatura podstawowa:

Barlik J., *Doskonałe public relations*, PWN, Warszawa 2020.

Budzyński W., *Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku*, Poltext, Warszawa 2008.

Olędzki J., *Public relations w komunikowaniu społecznym i marketingu*, Aspra-JR, Warszawa 2010.

Olędzki J., Tworzydło D. (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006.

Literatura uzupełniająca:

Flis J., *Samorządowe public relations*, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.

Furman W., *Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations*, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2009.

Pietraszek M., *PRo-MOC-ja. Reklama i public relations w małej firmie*, Warszawa 2014

Wójcik K., *Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydawnictwo Placet, Warszawa 2005.

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej