

**SYLABUS**  
DOTYCZY CYKLU KSZTAŁCENIA 2023- 2026

Rok akademicki 2023/2024

**1. PODSTAWOWE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE**

Nazwa przedmiotu	<b>MEDIA RELATIONS I WSPÓŁPRACA Z INSTYTUCJAMI</b>
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	<b>dr Joanna Trzaska-Wieczorek (autorka 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
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**

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

**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 <sup>1</sup>
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

<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.

zakresu umiejętności zmierzających do przygotowania uczestników do efektywnego 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 z harmonogramu studiów	25
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
<b>SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS</b>	<b>4</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:

- 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