*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** 2022-2024

Rok akademicki 2023/2024

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Public relations w sektorze publicznym |
| Kod przedmiotu\* | E/II/EiZSP/C.6 |
| Nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Ekonomii i Finansów KNS |
| Kierunek studiów | Ekonomia |
| Poziom studiów | Drugiego stopnia |
| Profil | Ogólnoakademicki |
| Forma studiów | Stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | II/4 |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | dr hab. Grzegorz Hajduk, prof. UR |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr hab. Grzegorz Hajduk, prof. UR |

\* *-opcjonalni*e, *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** |
| 4 |  | 15 |  |  |  |  |  |  | 2 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

☑ zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

* 1. Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

Zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Student zdobył podstawy wiedzy z zakresu ekonomii i zarządzania i marketingu, jest zaznajomiony z ogólnym zasadami funkcjonowania jednostek sektora publicznego oraz zna podstawowe reguły budowania relacji społecznych. |

3.cele, efekty uczenia się, treści programowe i stosowane metody dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przekazanie wiedzy na temat roli i znaczenia public relations w sektorze publicznym. |
| C2 | Rozwinięcie kompetencji w zakresie wyboru efektywnych metod i narzędzi kreowania wizerunku instytucji i organizacji. |
| C3 | Rozwijanie umiejętności w zakresie diagnozowania czynników wpływających na reputację instytucji i organizacji. |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| Ek\_01 | Student zna i rozumie wybrane prawidłowości funkcjonowania rynku oraz relacji pomiędzy jego podmiotami | K\_W03 |
| Ek\_02 | Student rozumie charakter powiązań i relacji społeczno-gospodarczych pomiędzy podmiotami gospodarczymi | K\_W07 |
| Ek\_03 | Student zna i rozumie determinanty zmian więzi instytucjonalnych we współczesnej gospodarce | K\_W10 |
| Ek\_04 | Student potrafi komunikować się ze zróżnicowanymi kręgami otoczenia organizacji, przedstawiając opinie i stanowiska. | K\_U08 |
| Ek\_05 | Student potrafi przygotować prace pisemne oraz wystąpienia ustne dotyczące problemów organizacji gospodarczych | K\_U09 |
| Ek\_06 | Student potrafi współdziałać w grupie w ramach prac zespołowych i podejmować wiodącą rolę w zespole | K\_U11 |
| Ek\_07 | Student jest gotów do inspirowania i organizowania działalności organizacji na rzecz środowiska społecznego. | K\_K03 |

**3.3Treści programowe**

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

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne: |
| Istota definicje i cele public relations, charakterystyka procesu public relations oraz podstawowe sfery zadaniowe PR w sektorze publicznym |
| Komunikacja z otoczeniem w procesie kształtowania wizerunku, audytorium działań komunikacyjnych, oddziaływanie na poszczególne grupy w otoczeniu. |
| Wizerunek organizacji i rola PR w jego kształtowaniu: określanie tożsamości organizacji, reputacja i jej składowe, wizerunek, system identyfikacji wizualnej. |
| Przygotowanie programu PR, ustalenie koncepcji kształtowania wizerunku. |
| Metody i techniki PR, podstawowe zasady wyrażania przesłania i formułowania treści informacji. |
| Media Relations, kontakty z dziennikarzami, organizacja konferencji prasowych. |
| Przygotowanie komunikatu prasowego |
| Działania w sytuacjach kryzysowych i ochrona wizerunku. |
| Zasady kształtowania wizerunku w Internecie, przykłady działań e-PR. |

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład konwersatoryjny z prezentacją multimedialną, praca w grupach (rozwiązywanie postawionych zadań, dyskusja), studium przypadku, metody kształcenia na odległość.

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 | Praca pisemna w formie testu, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_02 | Praca pisemna w formie testu, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_03 | Ocena aktywności podczas zajęć, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_04 | Ocena aktywności podczas zajęć, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_05 | Ocena aktywności podczas zajęć, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_06 | Ocena aktywności podczas zajęć, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |
| Ek\_07 | Ocena aktywności podczas zajęć, obserwacja w trakcie zajęć | ćwiczenia |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Zaliczenie ćwiczeń: 40% oceny stanowi wynik pracy pisemnej w formie testu, 40% ocena za wykonanie zadań grupowych, 20% ocena za aktywność podczas zajęć.  Punkty uzyskane za test oraz za zadania grupowe przeliczane są na procenty, którym odpowiadają oceny:  do 50% - niedostateczny,  51% - 60% - dostateczny,  61% - 70% - dostateczny plus,  71% - 80% - dobry,  81% - 90% - dobry plus,  91% - 100% - bardzo dobry  Ocena za aktywność odpowiada liczbie indywidualnych aktywności studenta w trakcie ćwiczeń: ocena 5 – za co najmniej 3 wystąpienia, 4 – za co najmniej 2 wystąpienia, 3 – za co najmniej jedno wystąpienie. Jeśli student nie zabiera głosu do ustalenia oceny końcowej przyjmuje się wartość 0. |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzinna zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 15 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach) | 5 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 30 |
| SUMA GODZIN | 50 |
| **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

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | - |
| zasady i formy odbywania praktyk | - |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. W. Budzyński, *PR public relations : wizerunek, reputacja, tożsamość*, Poltext, Warszawa 2018. 2. K. Wojcik *Public relations : wiarygodny dialog z otoczeniem,* Wolters Kluwer, Warszawa 2015. |
| Literatura uzupełniająca:   1. *Public relations w sferze publicznej: wizerunek i komunikacja*, red. M. Tabernacka, A. Szadok-Bratuń, Wolters Kluwer Polska, Warszawa 2012. 2. A. Adamus-Matuszyńska, A. Austen, *Public relations w jednostce samorządu terytorialnego*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2011. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)