

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Metodyka tworzenia tekstów i materiałów PR (Ćw. audytoryjne), PG_00152580						
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2024 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2025/2026		
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć specjalnościowych Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny		
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji			na uczelni		
Rok studiów	2	Język wykładowy			polski		
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS			2.0		
Profil kształcenia	praktyczny	Forma zaliczenia			zaliczenie		
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej -> Zakład Komunikacji Społecznej i Kulturowej						
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Beata Czechowska-Derkacz				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		dr Beata Czechowska-Derkacz				
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						
Aktywność studenta i liczba godzin pracy	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów		Udział w konsultacjach		Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15		2.0		43.0	60
Cel przedmiotu	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z rodzajami komunikatów PR, ich miejscem i możliwościami wykorzystywania w kampaniach PR oraz sytuacjach promocyjnych. Pokazanie sposobów tworzenia skutecznych tekstów i materiałów PR, które mają służyć pozytywnemu budowaniu wizerunku organizacji w perspektywie celów bieżących i długoterminowych, także w oparciu o realizację celów zrównoważonego rozwoju. Pokazanie sposobów tworzenia tekstów PR, które mają służyć budowaniu wizerunku organizacji odpowiedzialnej społecznie, dbającej o dobrostan interesariuszy oraz środowisko. Pokazanie różnic w sposobach przygotowywania i możliwościach wykorzystywania komunikatów i materiałów PR w przestrzeni mediów tradycyjnych oraz mediów internetowych.						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DZiKSMU2_U05] Posiada umiejętność integrowania wiedzy w zakresie komunikacji społecznej i mediów, a także jej zastosowania w sytuacjach profesjonalnych oraz oceny ryzyka i możliwych konsekwencji podejmowanych przedsięwzięć zawodowych	Student ma wiedzę w zakresie komunikacji, wie, jak tworzyć materiały PR w sposób profesjonalny i zna możliwe ryzyka oraz zagrożenia związane z publikacją tych materiałów lub podejmowania przedsięwzięć w obszarze PR.	[SU3] opracowanie tekstowe/praca pisemna
	[DZiKSMU2_U07] Potrafi przygotować obszerne przekazy ustne, pisemne i wizualne. Wykorzystuje specjalistyczną dla dyscypliny terminologię w oparciu o samodzielnie wyszukane, przeanalizowane, ocenione i wyselekcjonowane źródła informacji uwzględniając dorobek nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz innych dyscyplin naukowych.	Student wie, jak przygotować materiały PR z wykorzystaniem wiedzy charakterystycznej dla dyscypliny naukowej.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSMU2_W05] Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę na temat działania instytucji medialnych i działów komunikacji społecznej oraz rozumie związane z ich funkcjonowaniem cele i problemy.	Student ma wiedzę na temat działania PR w odniesieniu do pracy instytucji medialnych i działów odpowiedzialnych za realizację zadań właściwych dla public relations we wszystkich obszarach, w tym w obszarze realizacji celów SDG	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_U10] Potrafi współdziałać i pracować w grupie, wyznaczać oraz realizować wspólne cele, przyjmować w zespole różne role, w tym kierownicze.	Student jest zdolny do pracy w grupie, obejmowania różnych ról i realizacji zadań w odniesieniu do działań charakterystycznych dla public relations.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSMU2_K03] Potrafi odpowiedzialnie wykonywać powierzone zadania, wywiązuje się z zobowiązań pracy w zespole, inicjuje i prowadzi współpracę z otoczeniem społecznym.	Student potrafi realizować zadania w zespole, wie, jak dzielić się pracą i inicjować nowe rozwiązania.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_K04] Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	Student zna zasady przedsiębiorczości i wykorzystuje je w praktyce w odniesieniu do działań PR.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_K06] Jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej związanej z pracą własną i innych.	Student zna zasady etyki zawodowej w obszarze PR i wie, jak ich przestrzegać.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_U04] Potrafi samodzielnie identyfikować i rozwiązywać problemy charakterystyczne dla działalności medialnej i okołomedialnej, dobrać środki i metody pracy adekwatne do prawidłowego wykonania zadań zawodowych.	Student potrafi identyfikować problemy i proponować rozwiązania związane z problemami w pracy w obszarze PR.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSMU2_W07] Ma rozszerzoną wiedzę na temat zasad i metod tworzenia przekazów właściwych dla kierunku studiów. Ma świadomość funkcji i efektywności komunikatów oraz zasad etyki zawodowej w ramach prowadzonej działalności.	Student zna zasady i metody tworzenia przekazów PR.	[SW3] opracowanie tekstowe/praca pisemna

Treści przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> wprowadzenie ogólne zagadnienia związane z PR-em, typologia tekstów i materiałów PR, miejsce tekstów i materiałów PR w kampaniach PR-owych, wykorzystanie tekstów i materiałów PR do budowania wizerunku organizacji odpowiedzialnej społecznie uwzględniającej dobrostan interesariuszy oraz dbającej o środowisko negatywne skutki greenwashingu, etyka w pracy PR-owca, media relations w tradycyjnych i nowych mediach, teksty i materiały PR w mediach tradycyjnych, teksty i materiały e-PR w Internecie i mediach społecznościowych, storytelling opowiadanie historii, najczęściej popełniane błędy w tekstach i materiałach PR, creative writing, wybrane zagadnienia z języka perswazji, poprawność językowa w tekstach i materiałach PR 		
Wymagania wstępne i dodatkowe	Podstawowa znajomość zagadnień z zakresu public relations i copywritingu.		
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
	aktywność	0.0%	20.0%
	praca zaliczeniowa	0.0%	80.0%
Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	1. Wojcik K., <i>Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem</i> , Warszawa 2015. 2. Dąbała J., <i>Tajemnica i suspens: wokół głównych problemów creative writing</i> , Lublin 2004. 3. Fog K., Budtz Ch., Munch P., Blanchette S., <i>Storytelling : narracja w reklamie i biznesie</i> , przeł. J. Wasilewski, B. Brach, Warszawa 2011. 4. Tworzydło D., <i>Public relations praktycznie</i> , Rzeszów 2017. 5. http://www.proto.pl/ 6. http://www.mediafun.pl/ 7. http://pijarukoksu.pl/ 8. http://www.prnewsonline.com/	
	Uzupełniająca lista lektur	1. Davis A., <i>Public Relations</i> , przeł. G. Dąbkowski, Warszawa 2007. 2. Miotk A., <i>Nowy PR: jak internet zmienił public relations</i> , Lublin 2016.	
	Adresy eZasobów		
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania			
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy		

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.