

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Public relations I (Ćw. audytoryjne), PG_00205811						
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)						
Data rozpoczęcia studiów	październik 2026 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu			2027/2028		
Poziom kształcenia	I stopnia - licencjackie	Grupa zajęć			Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów 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							
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot		dr Grzegorz Kapuściński				
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu						
Formy zajęć	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	30.0	0.0	0.0	0.0	30
	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	30		0.0		20.0	50
Cel przedmiotu	<ul style="list-style-type: none"> zapoznanie studentów z historią i teorią public relations, podstawowymi problemami badawczymi public relations, praktycznym wymiarem planowania i realizowania strategii public relations, CSR, zarządzania komunikacją w kryzysie przygotowanie studentów do korzystania z metod i narzędzi tworzenia publicznego wizerunku organizacji, sposobów kształtowania relacji z grupami środowiska wewnętrznego i zewnętrznego 						

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DZiKSL3_U04] Tworzy przekazy medialne o różnych funkcjach. Wykorzystuje specjalistyczną terminologię, metody i narzędzia, w tym nowoczesne i zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, w celu rozwiązywania problemów.	Tworząc przekazy w obszarze PR, wykorzystuje specjalistyczną terminologię, metody i narzędzia, w tym nowoczesne i zaawansowane techniki informacyjno-komunikacyjne, w celu rozwiązywania problemów. KD_U 04	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSL3_U05] Posługując się wiedzą medioznawczą i znajomością metodologii badań mediów, potrafi analizować zawartość mediów.	Posługując się wiedzą medioznawczą i znajomością metodologii badań mediów, potrafi analizować zawartość mediów. KD_U 05	[SU1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SU2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSL3_W06] Ma zaawansowaną wiedzę na temat istoty i specyfiki nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz o ich przedmiotowych i metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami nauk.	Ma wiedzę na temat istoty i specyfiki public relations oraz o jego przedmiotowych i metodologicznych powiązaniach z innymi dyscyplinami nauk. KD_W06	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSL3_K01] Jest wyczulona na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, rozumiejąc zagrożenia wynikające z tego zjawiska oraz potrafi odbierane treści poddawać krytycznej ocenie.	Jest wyczulony na wszelkie przejawy manipulacji odbiorcą, rozumiejąc zagrożenia wynikające z tego zjawiska oraz potrafi odbierane treści poddawać krytycznej ocenie. KD_K 01	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSL3_K05] Jest gotowa do odpowiedzialnego pełnienia roli dziennikarza, pracownika mediów, branży reklamy i PR zgodnie z zasadami etyki zawodowej oraz wymaga tego od innych.	Jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia roli dziennikarza, pracownika mediów, branży reklamy i PR zgodnie z zasadami etyki zawodowej oraz wymaga tego od innych. KD_K 05	[SK1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SK2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SK5] realizacja zadania problemowego [SK6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSL3_W07] Ma wiedzę o procesach komunikacji społecznej, kierunkach jej rozwoju, nurtach i systemach medioznawczych oraz uwarunkowaniach i dylematach ich funkcjonowania w współczesnej cywilizacji.	Ma wiedzę o procesach public relations, kierunkach jego rozwoju oraz uwarunkowaniach i dylematach funkcjonowania wizerunku we współczesnej cywilizacji. KD_W 07	[SW1] wypowiedź ustna/rozmowa/ dyskusja [SW2] prezentacja/projekt/referat/ raport [SW5] realizacja zadania problemowego
Treści przedmiotu	<ol style="list-style-type: none"> 1. PR w systemie komunikacji społecznej- wyznaczanie obszarów działalności. 2. Definiowanie otoczenia PR oraz grup interesariuszy. 3. Strategie i programy PR -formuła RACE(research- action- communication- evaluation). 4. Badania ex ante- ilościowe i jakościowe. Metody projekcyjne. Audyty komunikacyjny. 5. Cele, tożsamość, wizerunek, reputacja organizacji. Misja i wizja. Budowa przesłania. Corporate Identity. 6. Media relations Zasady współpracy z dziennikarzami. Budowa i rodzaje informacji prasowych. Organizacja konferencji, spotkań, briefingów prasowych. 7. Komunikacja wewnętrzna 8. Komunikacja kryzysowa 9. CSR- społeczna odpowiedzialność biznesu Modele. Programy. 10. Organizacja wydarzeń specjalnych- eventów. Sponsoring jako narzędzie PR 11. Metody badań efektywności PR. Raport medialny. 12. Web 2.0 Marketing wirusowy. Astroturf marketing. Budowanie społeczności. 13. Etyka w PR 		
Wymagania wstępne i dodatkowe			
Sposoby i kryteria oceniania osiągniętych efektów uczenia się	Sposób oceniania (składowe) projekty	Próg zaliczeniowy 51.0%	Składowa ocena końcowej 100.0%

Zalecana lista lektur	Podstawowa lista lektur	<p>1. Barlik J., Doskonałe public relations: teorie, kontrowersje, debaty, Poltext 2021</p> <p>2. Budzyński W., PR public relations: wizerunek, reputacja, tożsamość, Poltext 2018</p> <p>3. Miotk A., Jak internet zmienił public relations, Wyd. Słowa i Myśli, Lublin 2016.</p> <p>4. Miotk A., Badania w public relations, Difin, Warszawa 2012</p> <p>5. Rozwadowska B., Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy, Studio Emka, Warszawa 2009.</p> <p>6. Tworzdo D., Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym: metody, procedury, reagowanie, Difin, Warszawa 2019</p>
	Uzupełniająca lista lektur	<p>1. Bakalarski K., Public Relations a kształtowanie wizerunku menedżera, Scientific Publishing Group, Gdańsk 2004</p> <p>2. Czechowska-Derkacz, B., Łosiewicz, M., and Ostrowski, A. 2017. Nie zabijaj, nie kradnij... Sytuacje kryzysu najwyższego ryzyka na uczelniach wyższych w relacjach mediów. <i>Studia Medioznawcze</i> 3 (70), 9199.</p> <p>3. Łosiewicz M., Relacje między mediami i public relations na podstawie badań przedsiębiorstw województwa pomorskiego [w] Media, biznes, kultura, red. J.Kreft, J. Majewski, Wyd. Marpress, Gdańsk 2009</p> <p>4. Łosiewicz M., Ryłko-Kurpiewska A., Baładynowicz-Panfil K., Czechowska-Derkacz B., Walotek-Ściańska K., Identity and image in media communication, TrueSign, 2016</p> <p>5. Wójcik K., Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Wolter Kluwer, Warszawa 2015.</p>
	Adresy eZasobów	
Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania	<p>Przygotowanie i przeprowadzenie konferencji prasowej.</p> <p>Przygotowanie planu PR dla wybranej organizacji.</p>	
Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu	Nie dotyczy	

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.