Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Public relations I (Ćw. audytoryjne), PG_00206549		
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	
	• 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 we 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

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.
   Audyt komunikacyjny.
5. Cele, tożsamość, wizerunek , reputacja organizacji.
   Misja i wizja.
   Budowa przesłania.
   Corporate Indentity.
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 osiąganych efektów uczenia się

Sposób oceniania (składowe)	Próg zaliczeniowy	Składowa oceny końcowej
projekty	51.0%	100.0%

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

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.