Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Public relations II (Ćw. audytoryjne), PG_00206571		
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	4	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_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 [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[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 [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[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 [SK3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SK5] realizacja zadania problemowego [SK8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[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 [SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SW5] realizacja zadania problemowego
	[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 [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SU5] realizacja zadania problemowego [SU6] demonstracja umiejętności praktycznych [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
	[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 [SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna [SU5] realizacja zadania problemowego [SU8] obserwacja samodzielnej lub zespołowej pracy studenta
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 wewnętrzna8. Komunikacja kryzysowa9. CSR- społeczna odpowiedzialność biznesu Modele. Programy.10. Organizacja wydarzeń specjalnych- eventów. Sponsoring jako narzędzie PR11. Metody badań efektywności PR. Raport medialny.12. Web 2.0 Marketing wirusowy. Astroturf marketing. Budowanie społeczności.13. Etyka w PR		
Wymagania wstępne i dodatkowe			

<table>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table><tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr><tr><td>projekty</td><td>51.0%</td><td>100.0%</td></tr></table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>1. Barlik J., Doskonałe public relations: teorie, kontrowersje, debaty,Poltext 20212. Budzyński W., PR public relations: wizerunek, reputacja, tożsamość,Poltext 20183. Miotk A., Jak internet zmienił public relations, Wyd. Słowa i Myśli,Lublin 2016.4. Miotk A., Badania w public relations, Difin, Warszawa 20125. Rozwadowska B., Public Relations. Teoria, praktyka, perspektywy,Studio Emka, Warszawa 2009.6. Tworzdło D., Zarządzanie w kryzysie wizerunkowym: metody,procedury, reagowanie, Difin, Warszawa 2019</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>1. Bakalarski K., Public Relations a kształtowanie wizerunkumenedżera, Scientific Publishing Group, Gdańsk 20042. Czechowska-Derkacz, B., Łosiewicz, M., and Ostrowski, A. 2017.Nie zabijaj, nie kradnij... Sytuacje kryzysu najwyższego ryzyka nauczelniach wyższych w relacjach mediów. Studia Medioznawcze 3(70), 9199.3. Łosiewicz M., Relacje między mediami i public relations napodstawie badań przedsiębiorstw województwa pomorskiego , [w]Media, biznes, kultura, red. J.Kreft, J. Majewski, Wyd. Marpress,Gdańsk 20094. Łosiewicz M., Ryłko-Kurpiewska A., Bałandynowicz-Panfil K.,Czechowska-Derkacz B., Walotek-Ściańska K., Identity and image inmedia communication, TrueSign, 20165. Wójcik K., Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, WolterKluwer, Warszawa 2015.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2">Przygotowanie i przeprowadzenie konferencji prasowej.Przygotowanie planu PR dla wybranej organizacji.</td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.