

**AKADEMIA WYCHOWANIA FIZYCZNEGO
IM. EUGENIUSZA PIASECKIEGO W POZNANIU**

Filia w Gorzowie Wielkopolskim

Kierunek: Wychowanie fizyczne

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: **PUBLIC RELATIONS I WSPÓŁPRACA Z MEDIAMI**

Kod przedmiotu: **ZWKF_WF_2_o_H.6_s**

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot/moduł: —

Osoba odpowiedzialna za kartę – koordynator przedmiotu:

dr Tymon Ostrouch

Osoby prowadzące przedmiot:

1. dr Tymon Ostrouch

Data opracowania: **15.02.2023 r.**

1. Podstawowe informacje

Forma studiów	studia stacjonarne			
Stopień studiów	studia drugiego stopnia			
Profil	ogólnoakademicki			
Specjalność	nauczycielska z menedżerem sportu			
Rok studiów / semestr	rok 2, semestr 4			
Status przedmiotu	obowiązkowy w ramach specjalności			
Język przedmiotu	polski			
Forma zajęć	wykład	ćwiczenia	seminaria	inne
Wymiar zajęć	5	15		
Liczba punktów ECTS	2			

2. Cele przedmiotu

C1	Poznanie podstawowych pojęć z zakresu Public Relations.
C2	Nabycie podstawowej wiedzy w zakresie prowadzenia technik wywiadu medialnego.
C3	Zrozumienie znaczenia roli Public Relations w zglobalizowanym środowisku biznesowym.

3. Wymagania wstępne w zakresie wiedzy, umiejętności i innych kompetencji:

– brak.

4. Efekty uczenia się w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych:

Symbol	Efekty uczenia się dla przedmiotu Po zrealizowaniu przedmiotu student:	Odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów	Odniesienie do charakterystyk II stopnia Polskiej Ramy Kwalifikacji (poziom 7)
EK1	przedstawia elementy tworzenia programu działań PR	A1_W21 A1_K1	P7S_WK P7S_KK
EK2	demonstruje przydatne techniki udzielania wywiadu medialnego	A1_U01	P7S_UK
EK3	analizuje skuteczność działań PR na wybranych przykładach	A1_U08 A1_U20	P7S_UW PS7_UK

5. Treści programowe

WYKŁADY		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
W1	Wprowadzenie do Public Relations i współpracy z mediami. Istota nowoczesnego Public Relations.	1
W2	Współpraca z mediami – techniki wywiadu prasowego. Etyka i społeczna odpowiedzialność we współczesnym PR.	1
W3	Przygotowanie i budowa strategii PR. Działalność sponsoringowa, lobbingsowa i promocyjna.	1

W4	Tworzenie programu działań PR. Tworzenie tożsamości w PR.	1
W5	PR w sytuacji kryzysowej.	1
	Razem	5
ĆWICZENIA		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
ĆW1	Wewnętrzna i zewnętrzna służba PR – charakterystyka i analiza zalet oraz korzyści.	1
ĆW2	Podstawowe scenariusze wymagające użycia technik PR-u.	3
ĆW3	Analiza największych sukcesów i porażek PR-owych.	3
ĆW4	Charakterystyka tradycyjnych i nowoczesnych kanałów komunikacyjnych.	1
ĆW5	Analiza i interpretacja podstawowych technik wywiadów prasowych.	1
ĆW6	Działalność sponsoringowa i promocyjna i lobbingsowa we współczesnych strategiach PR.	1
ĆW7	Problemy i szanse wynikające ze społecznej odpowiedzialności.	1
ĆW8	Budowanie strategii działań PR według koncepcji promocyjnej 6M.	1
ĆW9	Rodzaje tożsamości organizacyjnych – ich wad i zalet pod kątem tworzenia strategii PR.	1
ĆW10	Analiza wybranych sytuacji kryzysowych we współczesnym PR.	2
	Razem	15

6. Metody dydaktyczne

M1	Wykład problemowy.
M2	Metoda przypadków.
M3	Praca w zespołach.

7. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	20
Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć	8
Przygotowanie eseju	12
Zapoznanie się z zalecaną literaturą	10
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	50
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	2

8. Metody oceny

a. Ocena formująca

F1	Aktywność podczas ćwiczeń.
F2	Przygotowanie do zadań grupowych i indywidualnych.
F3	Merytoryczne przedstawienie wyników swojej pracy w zgodzie z tematem zajęć.
F4	Przedstawienie wyników prac grupowych na ćwiczeniach.

b. Ocena podsumowująca

P1	Esej.
----	-------

c. Warunki zaliczenia przedmiotu

- Udział w ćwiczeniach zgodnie z regulaminem studiów.
- Przygotowanie eseju na minimum 2500 słów na wybrany temat z zakresu.
- Ocenę końcową stanowi średnia arytmetyczna ocen za przygotowanie eseju oraz wyników prac grupowych na ćwiczeniach.

9. Kryteria oceny

Efekt uczenia się EK1	
na ocenę 2	Student nie potrafi wyjaśnić czym jest program działań PR. Nie wie jakie jest jego zastosowanie i proces przygotowawczy.
na ocenę 3	Student potrafi uzasadnić przydatność dobrze przygotowanego programu PR.
na ocenę 4	Student potrafi uzasadnić przydatność dobrze przygotowanego programu PR odwołując się do przykładów. Potrafi zdefiniować poszczególne kroki przygotowawcze programu PR.
na ocenę 5	Student jest świadomy zagrożeń wynikających ze źle przygotowanego programu działań PR odwołując się do przykładów. Potrafi wymienić i opisać poszczególne kroki przygotowawcze programu PR.
Efekt uczenia się EK2	
na ocenę 2	Student nie potrafi zidentyfikować żadnych technik PR.
na ocenę 3	Potrafi wymienić i omówić trzy podstawowe błędy stosowane podczas wywiadów medialnych uzależnione od rodzaju kanału komunikacyjnego.
na ocenę 4	Student prawidłowo charakteryzuje tradycyjne i nowoczesne środki przekazu medialnego. Potrafi zidentyfikować podstawowe techniki udzielania wywiadu medialnego w zależności od rodzaju kanału komunikacyjnego.
–na ocenę 5	Student potrafi scharakteryzować oraz określić wady i zalety nowoczesnych i tradycyjnych środków przekazu medialnego. Potrafi zasymulować w praktyce najlepsze techniki udzielania wywiadu. Odwołując się do rzeczywistych przykładów umiejętnie identyfikuje najczęstsze błędy popełniane podczas wywiadów medialnych. Student potrafi uzasadnić jak rozumie społeczną odpowiedzialność w działaniach PR odwołując się do przykładów.
Efekt uczenia się EK3	
na ocenę 2	Student nie potrafi zdefiniować działań PR. Nie zna ich przeznaczenia i nie potrafi umieścić dziedziny PR w strukturach organizacyjnych.
na ocenę 3	Student potrafi scharakteryzować dziedzinę PR oraz określić jej miejsce i rolę w strukturach organizacyjnych.

na ocenę 4	Student potrafi umiejscowić dziedzinę PR w strukturach organizacyjnych i odwołując się do przykładów uzasadnić jej zasadność we współczesnym świecie. Student potrafi uzasadnić jak rozumie społeczną odpowiedzialność w działaniach PR.
na ocenę 5	Student potrafi podać różne definicje PR we współczesnym świecie. Skonfliktować je z sobą oraz wyciągnąć wspólne elementy definicyjne odwołując się do przykładów. Student potrafi uzasadnić jak rozumie społeczną odpowiedzialność w działaniach PR odwołując się do przykładów.

10. Macierz realizacji przedmiotu

Efekty uczenia się	Odniesienie do efektów uczenia się dla programu studiów	Cele przedmiotu	Treści programowe	Metody dydaktyczne	Sposoby oceny
EK1	A1_W21, A1_K1	C1	W1, ĆW3–ĆW10	M1–M3	P1, F1
EK2	A1_U01	C2	W2–W4, CW4–ĆW6, ĆW10	M1–M3	F2–F4
EK3	A1_U08, A1_U20	C1–C3	W1–W9, ĆW1–2, ĆW6–10	M1–M3	P1, F1–F4

11. Wykaz piśmiennictwa

a. Piśmiennictwo podstawowe

1.	Budzyński W., <i>Public Relations Wizerunek. Reputacja. Tożsamość</i> , Poltext, Warszawa 2018.
----	---

b. Piśmiennictwo uzupełniające

1.	Schopenhauer A., <i>Erystyka, czyli sztuka prowadzenia sporów</i> , Alma-Press Sp. z o.o., Warszawa 2010.
2.	Kotler P., <i>Marketing</i> , Rebis, Warszawa 1999.
3.	Tworzydło D., Chmielewski Z., <i>Badania i pomiar efektów public relations</i> , Newline, Warszawa 2010.

12. Zatwierdzenie karty przedmiotu do realizacji

.....
(miejsowość, data)

.....
(kierownik zakładu)

.....
(dziekan wydziału)

Przyjmuję do realizacji (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)