

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

Wydział Nauk o Kulturze Fizycznej

Kierunek: Sport

KARTA PRZEDMIOTU

Nazwa przedmiotu: Public relations w sporcie

Kod przedmiotu: WNoKF_SP_2_o_54_s _

Nazwa jednostki prowadzącej przedmiot: Pracownia Tenisa

*Akademia Wychowania Fizycznego
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu*

Osoba odpowiedzialna za kartę – koordynator przedmiotu

dr Tomasz Schefke

Osoby prowadzące przedmiot

1. dr Tomasz Schefke

Data opracowania: 1 września 2024 r.

1. Podstawowe informacje

Forma studiów	STUDIA STACJONARNE			
Stopień studiów	STUDIA DRUGIEGO STOPNIA			
Profil	OGÓLNOAKADEMICKI			
Specjalność	Organizacja i Zarządzanie Sportem			
Rok studiów/semestr	rok 1 semestr 1			
Status przedmiotu	obowiązkowy dla specjalności			
Język przedmiotu	język polski			
Forma zajęć	Wykład	ćwiczenia	seminaria	Inne
Wymiar zajęć	30	30		
Liczba punktów ECTS	6			

2. Cele przedmiotu

C01	Zapoznanie z genezą oraz podstawowymi pojęciami i koncepcjami teoretycznymi z dziedziny public relations
C02	Opanowanie podstawowych umiejętności z zakresu planowania, wdrażania i kontroli działań public relations
C03	Uwrażliwienie na potrzebę dbałości o wizerunek, etyczność działań z zakresu PR, kwestie społecznej odpowiedzialności osób i organizacji sportowych oraz zapobieganie i godne postępowanie w sytuacjach kryzysowych

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

- a) Podstawowa wiedza z zakresu organizacji, zarządzania i marketingu w sporcie

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 kierunku studiów	Odniesienie do charakterystyk drugiego stopnia uczenia się PRK
EK1	Student zna i rozumie genezę, podstawowe pojęcia oraz koncepcje teoretyczne z zakresu public relations (PR)	K_W07	P7S_WK
EK2	Student posiada podstawowe umiejętności w zakresie planowania, wdrażania i kontroli działań z zakresu public relations (PR)	K_U01 K_U13	P7S_UK
EK3	Student docenia znaczenie i przejawia gotowość do podejmowania różnorodnych działań z zakresu public relations (PR)	K_K03 K_K05 K_K09	P7S_KR P7S_KO P7S_KR

5. Treści programowe

WYKŁADY		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin

W1	Pojęcie, grupy docelowe, narzędzia i znaczenie PR w sporcie	2
W2	Historia rozwoju PR	2
W3	Proces zarządzania działalnością PR	2
W4	Internal PR – komunikacja wewnątrz organizacji sportowej	2
W5	Budowanie marki i identyfikacja wizualna organizacji sportowej	2
W6	Media relations – współpraca ze środkami masowego przekazu	2
W7	Zarządzanie informacją w sytuacjach kryzysowych	2
W8	Sponsoring i mecenat w PR	2
W9	Internetowe PR w sporcie	2
W10	Personal PR - kreowanie wizerunku sportowca	2
W11	Podstawy teoretyczne koncepcji CSR w sporcie	2
W12	CSR w sporcie – studium przypadku Deutscher Fußball Bund	2
W13	Badanie efektów działań PR	2
W14	Etyka działań PR	2
W15	Lobbing. Savoir vivre w PR.	2
	Razem	30
ĆWICZENIA		
Lp.	Tematyka zajęć Opis szczegółowych bloków tematycznych	Liczba godzin
ĆW1	Organizacja struktur i planowanie działań z zakresu public relations	2
ĆW2	Narzędzia budowania tożsamości – nazwa, znak, hymn, barwy, misja i credo	2
ĆW3	Redagowanie notatek, oświadczeń i artykułów prasowych	2
ĆW4	Organizacja konferencji prasowej	2
ĆW5	Udzielanie wywiadów	2
ĆW6	Tworzenie koncepcji sponsoringu i konstrukcja umowy sponsorskiej	2
ĆW7	Podstawowe narzędzia prowadzenia działań PR w Internecie	2
ĆW8	Wykorzystanie portali społecznościowych, komunikatorów i usług mobilnych	2
ĆW9	Wypracowanie koncepcji działań z zakresu CSR	2
ĆW10	Przygotowanie scenariuszy działań PR w sytuacjach kryzysowych	2
ĆW11	Organizacja imprezy PR-owej (motywacyjnej, integracyjnej)	2
ĆW12	Koncepcja oceny skuteczności działań PR w sporcie	2
ĆW13	Harmonogram i budżet działań PR	2
ĆW14	Rozstrzygnięcie dylematów etycznych w działalności PR Prezentacja, analiza i ocena projektów działań PR	2
ĆW15	Prezentacja, analiza i ocena projektów działań PR Zaliczenie przedmiotu	2
	Razem	30

6. Metody dydaktyczne

M1	Prezentacja multimedialna, prezentacja multimedialna prowadzona zdalnie z wykorzystaniem aplikacji Microsoft Teams.
M2	Analiza tekstu z dyskusją
M3	Praca w grupach
M4	Opracowanie projektu

7. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności	Średnia liczba godzin
------------------	-----------------------

	na zrealizowanie aktywności
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	60
Konsultacje przedmiotowe	
Egzaminy i zaliczenia w sesji	2
Godziny bez udziału nauczyciela wynikające z nakładu pracy studenta, w tym:	
Przygotowanie się do zajęć	30
Przygotowanie np. raportu, prezentacji, dyskusji, referatu	30
Przygotowanie do egzaminu, zaliczenia	30
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	152
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	6

8. Metody oceny

a. Ocena formująca

F1	Ocena bieżącego przygotowania teoretycznego do zajęć
F2	Informacja zwrotna o bieżącym poziomie wykonania zadań podczas ćwiczeń

b. Ocena podsumowująca

P1	Ocena projektu działań PR
P2	Egzamin ustny

c. Warunki zaliczenia przedmiotu

- obecność na ćwiczeniach
- aktywność podczas ćwiczeń
- pisemna i ustna prezentacja projektu działań PR
- pozytywna ocena z egzaminu ustnego

9. Kryteria oceny

Efekt uczenia się EK1 –	
Student zna i rozumie genezę, podstawowe pojęcia oraz koncepcje teoretyczne z zakresu public relations (PR)	
na ocenę 2	Student nie potrafi udzielić prawidłowych odpowiedzi nawet na połowę pytań dotyczących tego obszaru wiedzy
na ocenę 3	Student udziela prawidłowych odpowiedzi na co najmniej 50% pytań dotyczących tego obszaru wiedzy
na ocenę 4	Student udziela prawidłowych odpowiedzi na 75 % pytań dotyczących tego obszaru wiedzy
na ocenę 5	Student udziela prawidłowych odpowiedzi na niemal wszystkie pytania dotyczące tego obszaru wiedzy
Efekt uczenia się EK2 –	
Student posiada podstawowe umiejętności w zakresie planowania, wdrażania i kontroli działań public relations (PR)	
na ocenę 2	Student prezentuje projekt działań PR zawierający luki, istotne błędy, brak dbałości o estetykę i atrakcyjność przekazu
na ocenę 3	Student prezentuje projekt działań PR zawierający kompletny zestaw elementów składowych, zawierający powszechnie znane standardowe rozwiązania
na ocenę 4	Student prezentuje projekt działań PR zawierający kompletny zestaw elementów składowych, zawierający pewne autorskie rozwiązania w atrakcyjnej formie

na ocenę 5	Student prezentuje projekt działań PR zawierający kompletny i spójny wewnętrznie zestaw elementów składowych, charakteryzujący się bogatymi i twórczymi rozwiązaniami w atrakcyjnej formie
Efekt uczenia się EK3 –	
Student docenia znaczenie i przejawia gotowość do podejmowania różnorodnych działań z zakresu public relations (PR)	
na ocenę 2	Student nie wykazuje aktywności w przygotowaniu i realizacji praktycznych zadań przydzielanych podczas ćwiczeń lub nie zaliczył ćwiczeń, podczas których był nieobecny
na ocenę 3	Student wykazuje systematycznie aktywność podczas realizacji praktycznych zadań podczas ćwiczeń, przy dostatecznym poziomie zainteresowania i zaangażowania
na ocenę 4	Student wykazuje systematycznie aktywność w przygotowaniu i realizacji praktycznych zadań podczas ćwiczeń, przy dobrym poziomie zainteresowania i zaangażowania
na ocenę 5	Student wykazuje ponadprzeciętną aktywność w przygotowaniu do zajęć, zaangażowanie w realizacji zadań podczas ćwiczeń oraz duże zainteresowanie problematyką PR

10. Macierz realizacji przedmiotu

Efekty uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do efektów kierunkowych	Cele przedmiotu	Treści programowe	Metody dydaktyczne	Sposoby oceny
EK1	K_W07	C01	W1-15	M1	P2
EK2	K_U01 K_U13	C02	ĆW1-15	M2-M4	F1, F2, P1, P2
EK3	K_K03 K_K05 K_K09	C03	W1-15 ĆW1-15	M1-M4	F1, F2, P1

11. Wykaz literatury

a. Literatura podstawowa

Lp.	
1	Budzyński W., Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2018 r.
2	red. Godlewski P., Rydzak W., Trębecki J.: Public relations w sporcie, SportWin, Poznań 2010 r.
3	red. Obrębska A.: Public relations małych firm, Primum Verbum, Łódź 2010 r.
4	Wozniakowski M. Internetowe public relations w komunikacji marketingowej przedsiębiorstw, Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, Łódź-Kraków 2020r. https://onepress.pl/pobierz-fragment/internetowe-public-relations-w-komunikacji-marketingowej-przedsiębiorstw-mariusz-wozniakowski,e_23el/pdf?srsId=AfmBOoopzajTq9HuMTX7T1-j7ZQGNCyr23aaNvpj_6NP9Ei9YYpoa-mP

b. Literatura uzupełniająca

Lp.	
1	Altkorn J. Kształtowanie rynkowego wizerunku firmy, AE w Krakowie, 2002 r.
2	Altkorn J.: Wizerunek firmy, Wyższa Szkoła Biznesu w Dąbrowie Górniczej, 2004 r.
3	Bykowski S.: Analiza medialna marki na przykładzie Piłkarskiej Reprezentacji Polski, [w] Mruk H. i inni red. Marketingowe zarządzanie sportem, Sport & Business Foundation, Poznań 2007 r.
4	Genker E. M., Public relations, Wydawnictwo Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu, Poznań 2013 r.
5	Datko M.: Sponsoring strategia, promocja, komunikacja, Wydaw. Wyższej Szkoły Komunikacji i Zarządzania, Poznań 2003.
6	red. Janiszewska B.: Sztuka public relations. Z doświadczenia polskich praktyków, Związek Firm Public Relations, Warszawa 2006 r.

7	Miotk A., <i>Badania w public relations</i> , Difin, Warszawa 2012 r.
8	Miotk A., <i>Skuteczne social media</i> , Wydawnictwo Helion, Gliwice 2017 r.
9	Seidel F. P.: <i>Public relations w praktyce</i> , Felberg SJA, Warszawa 2003 r.
10	Smoktała T.: <i>Public relations w sytuacjach kryzysowych przedsiębiorstw</i> , Astrum, Warszawa 2001 r.
11	Sporek T.: <i>Sponsoring sportu w warunkach globalizacji. Dylematy i wyzwania</i> , Difin, Warszawa 2007 r.
12	Stoldt G. C., Dittmore S. W., Branvold S. E., <i>Sport Public Relations. Managing Organizational Communication</i> , Human Kinetics, Champaign 2006.
13	Szymańska A. <i>Public relations w systemie zintegrowanej komunikacji marketingowej</i> , Unimex, Wrocław 2004 r.
14	Tworzydło D.: <i>Public relations. Teoria i studia przypadków</i> , Wyższa Szkoła Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2005.
15	Wójcik K.: <i>Public relations. Wiarygodny dialog przedsiębiorstwa z otoczeniem</i> , Placet, Warszawa 2005 r.



Akademia Wychowania Fizycznego
im. Eugeniusza Piaseckiego w Poznaniu