

**Kod przedmiotu: 54**

## **1. INFORMACJE O PRZEDMIOCIE – SYLABUS**

### **A. Podstawowe dane**

Nazwa przedmiotu/zajęć	Strategia i techniki PR
Nazwa przedmiotu/zajęć w języku angielskim	PR strategy and techniques
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna o module Public Relations
Poziom studiów	I stopnia, licencjackie
Profil	praktyczny
Forma studiów	stacjonarne
Jednostka prowadząca kierunek	Karkonoska Akademia Nauk Stosowanych Wydział Nauk Humanistycznych i Społecznych Katedra Nauk Społecznych
Imię i nazwisko nauczyciela(-li) i stopień lub tytuł naukowy osoby odpowiedzialnej za przygotowanie sylabusu	dr Paweł Greń
Przedmioty wprowadzające	Teoria komunikacji społecznej
Wymagania wstępne	Podstawowa wiedza z zakresu nauk o komunikowaniu

### **B. Semestralny/tygodniowy rozkład zajęć według planu studiów**

Semestr	Wykłady (W)	Ćwiczenia (Ć)	Warsztaty (Wr)	Laboratoria (L)	Seminaria (S)	Zajęcia projektowe (P)	Liczba punktów ECTS*
V	15		30				4

## **2. CELE KSZTAŁCENIA DLA PRZEDMIOTU**

C1	Zaznajomienie studentów z istotą strategii i public relations w budowaniu wizerunku organizacji w otoczeniu bliższym i dalszym
C2	Zaznajomienie studentów z zakresem terminologii stosowanej w marketingu
C3	Zapoznanie studentów ze środkami wyrazu stosowanych w przekazach marketingowych
C4	Nabycie umiejętności analizy przekazów medialnych i dokonywania ich oceny
C5	Pozyskanie kompetencji w zakresie projektowania przekazów medialnych
C6	Rozumienie specyfiki komunikowania się instytucji z otoczeniem

## **3. EFEKTY UCZENIA SIĘ DLA PRZEDMIOTU**

Lp.	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu	Odniesienie do kierunku-	Odniesienie do
-----	---	-----------------------------	-------------------

		wych efektów uczenia się	charakterystyk I stopnia (kod skład- nika opisu)
<b>WIEDZA</b>			
W1	Student ma wiedzę na temat istoty strategii public relations w budowaniu wizerunku jednostki publicznej z otoczeniem (bliższym i dalszym)	K_W01	P6S_WG
W2	Student wiedzę z zakresu terminologii stosowanej w marketingu, potrafi definiować pojęcia związane z działaniami public relations	K_W03	P6S_WG
W3	Student zna techniki komunikacji z mediami	K_W07	P6S_WG
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U1	Student posiada umiejętność wykorzystania wiedzy z zakresu PR z zastosowaniem zasad etycznych	K_U01	P6S_UW
U2	Student posiada umiejętność samodzielnego przygotowania materiałów prasowych oraz posługiwania się instrumentarium stosowanym w PR	K_U05	P6S_UK
<b>KOMPETENCJE SPOŁECZNE</b>			
K1	Student potrafi pracować w grupie jako odpowiedzialny członek zespołu	K_K02 K_K04	P6S_KO, P6S_KR

#### 4. METODY DYDAKTYCZNE

Wykład z prezentacją multimedialną, dyskusja, symulacje i gry szkoleniowe

#### 5. FORMA I WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

Zasady weryfikacji efektów uczenia prowadzący podaje na pierwszych zajęciach.

Warunki zaliczenia przedmiotu:

Do zaliczenia przedmiotu, oceny zarówno z części teoretycznej jak i praktycznej muszą być pozytywne.

Warunki zaliczenia wykładów:

Po zakończeniu wykładów przeprowadzony jest test z pytaniami otwartymi z całości materiału. Ocena z testu pisemnego jest obliczana procentowo w następujący sposób:

- ocena bardzo dobra: 100% – 91% właściwych odpowiedzi,
- ocena dobra+: 90% – 81% właściwych odpowiedzi,
- ocena dobra: 80% – 71% właściwych odpowiedzi,
- ocena dostateczna+: 70% – 61% właściwych odpowiedzi,
- ocena dostateczna: 60% – 51% właściwych odpowiedzi.

W przypadku uzyskania ilości punktów mniejszej od 51% student otrzymuje ocenę niedostateczną.

Warunki zaliczenia ćwiczeń:

Analiza studium przypadku

Ocenie podlega:

- a) zawartość merytoryczna – 10 pkt  
 b) zgodność z tematem projektu – 10 pkt  
 d) stopień wykorzystania materiałów źródłowych – 10 pkt  
 e) trafność wnioskowania – 10 pkt  
 e) poprawność językowa – 10 pkt  
 max 50 pkt.

Do otrzymania oceny pozytywnej wymagane jest uzyskanie punktów (26 pkt)

Ocena bdb 46 – 50 pkt

Ocena db+ 41 – 45 pkt

Ocena db 35 – 40 pkt

Ocena dst + 30 – 34 pkt

Ocena dst 26 – 29 pkt

## 6. TREŚCI PROGRAMOWE

Wykłady	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Istota public relations: definicje, cele, wizerunek. Zasady współpracy z mediami.</li> <li>2. Wizerunek i tożsamość instytucji publicznej. Storytelling w działaniach PR.</li> <li>3. PR miast i regionów.</li> <li>4. Typologia budowania relacji instytucji publicznej z otoczeniem bliższym i dalszym.</li> <li>5. Strategia komunikacji i kluczowe przesłania.</li> <li>6. Podsumowanie.</li> </ol>
Ćwiczenia	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elementy strategii PR. Plan działania.</li> <li>2. Wyznaczanie celów komunikacji wizerunkowej, selekcja grup interesariuszy oraz dostosowanie treści przekazu i technik ze szczególnym uwzględnieniem jednostek administracji publicznej.</li> <li>3. Tworzenie strategii i harmonogramu działań.</li> <li>4. Kryzys i komunikacja kryzysowa - strategię i realizacja.</li> <li>5. Konferencja prasowa: rodzaje konferencji, zasady organizowania.</li> <li>6. Analiza projektów zaliczeniowych.</li> </ol>

## 7. METODY (SPOSOBY) WERYFIKACJI I OCENY EFEKTÓW UCZENIA SIĘ OSIĄGNIĘTYCH PRZEZ STUDENTA

Efekt uczenia się	Forma oceny	
	Egzamin pisemny	Analiza studium przypadku
W1	X	
W2	X	
W3	X	
U1		X
U2		X
K1		X

## 8. LITERATURA

Literatura podstawowa	1.Giedroń K., 2004, Public relations w administracji, Wydawnictwo AlphaPro
-----------------------	--

	<p>2. Frączkiewicz-Wronka A., Gołuchowski J., Adamus-Matuszyńska A. (red.), 2014, Public relations: doskonalenie procesu komunikowania w przestrzeni publicznej, Wydawnictwo Uniwersytetu Ekonomicznego, Katowice.</p> <p>3. Wojcik K., 2010, Public Relations wiarygodny dialog z otoczeniem, Wyd. Placet, Warszawa.</p>
Literatura uzupełniająca	<p>1. Budzyński W., 2008, Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Wydawnictwo Poltex, Warszawa.</p> <p>2. Olędzki J., 2011, Public relations we współczesnym świecie: między służbą organizacji i społeczeństwu, Wydawnictwo Aspra, Warszawa.</p>

## 9. NAKŁAD PRACY STUDENTA – BILANS GODZIN I PUNKTÓW ECTS

Aktywność studenta		Obciążenie studenta – liczba godzin
Zajęcia prowadzone z bezpośrednim udziałem nauczyciela lub innych osób prowadzących zajęcia	Udział w zajęciach dydaktycznych, wskazanych w pkt. 1B	45
Praca własna studenta	Przygotowanie do zajęć	25
	Studiowanie literatury	15
	Inne (przygotowanie do egzaminu, zaliczeń, przygotowanie projektu itd.)	35
Łączny nakład pracy studenta		120
Liczba punktów ECTS		4

\* ostateczna liczba punktów ECTS