*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 61/2025*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** 2025 – 2028

*(skrajne daty*)

Rok akademicki 2025/2026

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | Public relations |
| Kod przedmiotu\* | KM45 |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Wydział Pedagogiki i Filozofii |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut **F**ilozofii |
| Kierunek studiów | Komunikacja międzykulturowa |
| Poziom studiów | Studia I stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | I rok, sem. 2 |
| Rodzaj przedmiotu | Fakultatywny |
| Język wykładowy | j. polski |
| Koordynator | Dr Jarosław Kinal |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Dr Jarosław Kinal |

\* *-opcjonalni*e, *zgodnie z ustaleniami w Jednostce*

1.1.Formy zajęć dydaktycznych, wymiar godzin i punktów ECTS

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Semestr  (nr) | Wykł. | Ćw. | Konw. | Lab. | Sem. | ZP | Prakt. | Inne (jakie?) | **Liczba pkt. ECTS** |
| II |  |  | 15 |  |  |  |  |  | 2 |

1.2. Sposób realizacji zajęć

X zajęcia w formie tradycyjnej

☐ zajęcia realizowane z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość

1.3 Forma zaliczenia przedmiotu (z toku) (egzamin, zaliczenie z oceną, zaliczenie bez oceny)

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Umiejętność współpracy w grupie i nawiązywania relacji międzyludzkich ,poszanowanie  godności współobywatela i mienia społecznego, chęć utożsamiania się z otoczeniem w którym student funkcjonuje |

3. cele, efekty uczenia się , treści Programowe i stosowane metody Dydaktyczne

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Przygotowanie studentów do dbałości o pozytywny wizerunek własnej osoby, firmy, organizacji, otoczenia w którym funkcjonują. |
| C2 | Nabycie umiejętności efektywnej komunikacji społecznej wewnętrznej i zewnętrznej, zarzadzania informacją, reklamą, promocją. |
| C3 | Poznanie odpowiednich metod komunikacyjnych ułatwiających relacje publiczne |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych [[1]](#footnote-1) |
| EK\_01 | Student zna podstawową terminologię związaną z public relations | K\_W10 |
| EK\_02 | Student zna zasady konstruowania podstawowej strategii działań public relations i realizowania jej w różnych typach mediów | K\_UO2 |
| EK\_03 | Student umie wykorzystać podstawowe narzędzia public relations w kontekście założonych celów | K\_KO4 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
|  |
|  |
|  |

1. Problematyka ćwiczeń, konwersatoriów, laboratoriów, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| Podstawowe definicje związane z public relations – 2 godz.  Modele public relations – 2 godz.  Strategia działań PR – 2 godz.  Kontakty z mediami – media relations - komunikat dla mediów – 2 godz. Konferencja prasowa – 1 godz.  Organizacja eventów – 1 godz.  Komunikacja w sytuacjach kryzysowych – 2 godz.  Sponsoring i lobbing – 2 godz.  Corporate Social Responsibility (CSR) – 1 godz.  PR wewnętrzny - 1 godz.  Etyka działań PR – 1 godz. |
|  |
|  |

3.4 Metody dydaktyczne

Np.:

*Wykład: wykład problemowy, wykład z prezentacją multimedialną, metody kształcenia na odległość*

*Ćwiczenia: analiza tekstów z dyskusją, metoda projektów (projekt badawczy, wdrożeniowy, praktyczny), praca w grupach (rozwiązywanie zadań, dyskusja),gry dydaktyczne, metody kształcenia na odległość*

*Laboratorium: wykonywanie doświadczeń, projektowanie doświadczeń*

Metoda projektów, dyskusja, burza mózgów, ćwiczenia symulacyjne

4. METODY I KRYTERIA OCENY

4.1 Sposoby weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Symbol efektu | Metody oceny efektów uczenia się  (np.: kolokwium, egzamin ustny, egzamin pisemny, projekt, sprawozdanie, obserwacja w trakcie zajęć) | Forma zajęć dydaktycznych  (w, ćw, …) |
| ek\_ 01 | PROJEKT PRAKTYCZNY | KONWERSATORIUM |
| Ek\_ 02 | PROJEKT PRAKTYCZNY | KONWERSATORIUM |
| EK\_03 | PROJEKT PRAKTYCZNY | KONWERSATORIUM |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Praca projektowa polegająca na stworzeniu marki oraz prezentacji jej strategii PR w postaci prezentacji ustnej wspartej prezentacją mutlimedialną. Pod uwagę będą brane:  1. Poprawność oryginalność pracy (0-10pkt)  2. Poprawność warsztatowa w tym: opis, sygnalizacja tła) (0-10pkt)  3. Poprawność analiz (0-10pkt)  4. Zastosowane źródła (0-10 pkt)  5. Poprawność edytorsko-językowa (0-10 pkt)  Kryteria oceny 0-25 pkt – ndst 26-30 – dst  31-35 - +dst  36-40 – db  41-45 - +db  46-50 - bdb |

**5. CAŁKOWITY NAKŁAD PRACY STUDENTA POTRZEBNY DO OSIĄGNIĘCIA ZAŁOŻONYCH EFEKTÓW W GODZINACH ORAZ PUNKTACH ECTS**

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny z harmonogramu studiów | 15 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 2 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 40 |
| SUMA GODZIN | 57 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 2 |

*\* Należy uwzględnić, że 1 pkt ECTS odpowiada 25-30 godzin całkowitego nakładu pracy studenta.*

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

|  |  |
| --- | --- |
| wymiar godzinowy | brak |
| zasady i formy odbywania praktyk | brak |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  Barlik J., Doskonałe public relations, PWN, Warszawa 2020.  Budzyński W., Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Poltext, Warszawa 2008.  Olędzki J., Public relations w komunikowaniu społecznym i marketingu, Aspra-JR, Warszawa 2010. Olędzki J.,  Tworzydło D. (red.), Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2006. |
| Literatura uzupełniająca:  Flis J., Samorządowe public relations, Wydawnictwo UJ, Kraków 2007.  Furman W., Dominacja czy porozumienie? Związki między dziennikarstwem a public relations, Wydawnictwo Uniwersytetu Rzeszowskiego, Rzeszów 2009.  Pietraszek M., PRo-MOC-ja. Reklama i public relations w małej firmie, Warszawa 2014  Wójcik K., Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem,  Wydawnictwo Placet, Warszawa 2005. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej

1. W przypadku ścieżki kształcenia prowadzącej do uzyskania kwalifikacji nauczycielskich uwzględnić również efekty uczenia się ze standardów kształcenia przygotowującego do wykonywania zawodu nauczyciela. [↑](#footnote-ref-1)