*Załącznik nr 1.5 do Zarządzenia Rektora UR nr 12/2019*

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia 2023 - 2025**

*(skrajne daty*)

**Rok akademicki 2024/2025**

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | PR w samorządzie miejskim |
| Kod przedmiotu\* |  |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk Socjologicznych |
| Kierunek studiów | Studia miejskie |
| Poziom studiów | II stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | niestacjonarne |
| Rok i semestr/y studiów | Rok 2, semestr III |
| Rodzaj przedmiotu | Specjalnościowy |
| Język wykładowy | Polski |
| Koordynator | Marcin Stopa |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | Marcin Stopa |

\* *-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** |
| III | 8 | 8 | -- | -- | -- | -- | -- | -- | 4 |

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)

Wykład: zaliczenie

Ćwiczenia: zaliczenie z oceną

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Brak |

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

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Zapoznanie studentów z głównymi założeniami public relations jako formy komunikacji społecznej. |

**3.2 Efekty uczenia się dla przedmiotu**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| EK (efekt uczenia się) | Treść efektu uczenia się zdefiniowanego dla przedmiotu | Odniesienie do efektów kierunkowych 1 |
| EK\_01 | Student zna i rozumie podstawowe zasady tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości, w tym społecznej. | K\_W07 |
| EK\_02 | Student potrafi komunikować się na tematy dotyczące różnych wymiarów funkcjonowania miasta, w tym administracji samorządowej, lokalnych polityk publicznych, procesów rozwoju lokalnego, uwarunkowań przestrzennych, urbanistycznych i ekologicznych miast, a także innych zagadnień właściwych studiom miejski | K\_U03 |
| EK\_02 | Student potrafi samodzielnie planować i realizować proces uczenia, mając świadomość konieczności uzupełniania i aktualizowania wiedzy i informacji przez całe życie. | K\_U08 |
| EK\_03 | Student jest gotów do podjęcia pracy w podmiotach sektora publicznego, organizacjach pozarządowych na terenie Polski oraz poza granicami, a także instytucjach międzynarodowych; ma świadomość konieczności etycznego postępowania i jest gotów przestrzegać zasady etyki społecznej i zawodowej | K\_K04 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| **Treści merytoryczne** |
| Istota PR. |
| PR w zintegrowanej komunikacji marketingowej. |
| Komunikacja z otoczeniem w procesie kształtowania wizerunku: audytorium działań komunikacyjnych, oddziaływanie na poszczególne grupy w otoczeniu, |
| Wizerunek instytucji i rola PR w jego kształtowaniu. |
| PR w systemie komunikowania się z otoczeniem, uwarunkowania skuteczności komunikacji z otoczeniem zewnętrznym. |

1. Problematyka ćwiczeń audytoryjnych, konwersatoryjnych, laboratoryjnych, zajęć praktycznych

|  |
| --- |
| **Treści merytoryczne** |
| Przygotowanie programu PR cz. I: określenie tożsamości i esencji marki, ustalenie koncepcji kształtowania wizerunku. |
| Metody i techniki PR: charakterystyka metod działań PR, podstawowe zasady wyrażania przesłania i formułowania treści wypowiedzi, dobór treści informacji, dobór osoby informatora. |
| Przygotowanie programu PR cz. II: dobór metod i technik przekazu, kształtowanie struktury wypowiedzi, przygotowanie przekazu. |
| Dział PR w organizacji: tworzenie działu public relations w instytucji, rzecznik prasowy, piarowiec, organizacja działu PR. |
| Media Relations: kontakty z mediami - osobiste, bezpośrednie, publiczne kontakty z dziennikarzami, organizacja konferencji prasowych. |
| Działanie w sytuacji kryzysowej: sytuacje kryzysowe w firmie, plan sytuacji kryzysowej i zasady jego przygotowania, zasady zachowania się w sytuacji kryzysowej, studium przypadku. |
| Przygotowanie komunikatu w związku z sytuacją kryzysową. |
| Metody wyceny wizerunku i ewaluacji działań z zakresu public relations. |
| Działania PR w Internecie: zasady kształtowania wizerunku w Internecie, przykłady działań e-PR. |

3.4 Metody dydaktyczne

Wykład: wykład z prezentacja multimedialną

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 | ćw. / w |
| Ek\_ 02 | Obserwacja w trakcie zajęć, projekt | ćw. / w |
| EK\_03 | Obserwacja w trakcie zajęć, projekt | ćw. / w |
| EK\_04 | Obserwacja w trakcie zajęć, projekt | ćw. |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| Wykład: zaliczenie z oceną ustalaną na podstawie obecności na zajęciach.  Ćwiczenia: złożenie projektu – 80% oceny końcowej, aktywność na zajęciach – 20% oceny końcowej. |

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

|  |  |
| --- | --- |
| **Forma aktywności** | **Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności** |
| Godziny kontaktowe wynikające z harmonogramu studiów | 16 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 15 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 69 |
| SUMA GODZIN | 100 |
| **SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS** | 4 |

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

6. PRAKTYKI ZAWODOWE W RAMACH PRZEDMIOTU

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

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:  Budzyński W. Public relations. Strategia i nowe techniki kreowania wizerunku, Warszawa 2008.  Wojcik K., Public relations wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2013. |
| Literatura uzupełniająca:  Davis A., Public relations, Warszawa 2007.  Olędzki J., Tworzydło D. (red.). Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju. Warszawa 2006.  Seitel F.P. The practice of Public Relations. Harlow, Essex 2014. |

Akceptacja Kierownika Jednostki lub osoby upoważnionej