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

**SYLABUS**

**dotyczy cyklu kształcenia** *2022/23-2023/24*

*(skrajne daty*)

Rok akademicki 2023/2024

1. Podstawowe informacje o przedmiocie

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa przedmiotu | **Public relations i tworzenie wizerunku** |
| Kod przedmiotu\* | ASO61 |
| nazwa jednostki prowadzącej kierunek | Kolegium Nauk Społecznych, |
| Nazwa jednostki realizującej przedmiot | Instytut Nauk Prawnych Zakład Prawa Gospodarczego |
| Kierunek studiów | Administracja |
| Poziom studiów | Studia II stopnia |
| Profil | ogólnoakademicki |
| Forma studiów | stacjonarna |
| Rok i semestr/y studiów | II / IV |
| Rodzaj przedmiotu | specjalnościowy |
| Język wykładowy | polski |
| Koordynator | dr hab. Jan Olszewski, prof. UR |
| Imię i nazwisko osoby prowadzącej / osób prowadzących | dr hab. Jan Olszewski, prof. UR |

\* *-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** |
| IV | 15 | 15 |  |  |  |  |  |  | 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)

2.Wymagania wstępne

|  |
| --- |
| Brak |

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

3.1 Cele przedmiotu

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | Celem przedmiotu jest przedstawienie zagadnień z zakresu *Public relations* w ramach standardów prawnych, które wyznaczają granice dla tego typu relacji, z uwzględnieniem: lobbingu, sponsoringu, konsultacji społecznych i prawa reklamy. Zagadnienia zostaną omówione ze szczególnym uwzględnieniem kontekstu prowadzenia działalności gospodarczej i oddziaływania wyżej wymienionych zachowań na decyzje konsumenckie |

**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 | zna, wymienia i charakteryzuje wybrane modele i narzędzia PR. Zna Kodeks Etyki Polskiego Stowarzyszenia Public Relations. Student porusza się w zagadnieniach prawnych dotyczących procesu informowania organów administracji publicznej i podmiotów prywatnych | K\_W04, K\_WO3, K\_U01 |
| EK\_02 | ma wiedzę w zakresie komunikowania i wyjaśnia znaczenia PR dla rożnego typu organizacji. Wymienia i wyjaśnia znaczenie narzędzi PR. Zna przepisy prawne dotyczące komunikacji marketingowej | K\_W04, K\_U01, K\_UO3 |
| EK\_03 | potrafi zastosować poznane modele i narzędzia PR do prowadzenia działalności gospodarczej zgodnie z dobrymi praktykami PR. Potrafi ocenić skuteczność działań PR podejmowanych przez organizacje. | K\_W03, K\_W09, K\_UO6, K\_K03 |
| EK\_04 | potrafi doskonalić narzędzia PR w prowadzeniu działalności gospodarczej. Potrafi ocenić zachowania przedsiębiorców jako mających oddziaływanie na wybory konsumenckie | K\_W09, K\_UO6 |
| EK\_05 | wykazuje gotowość do inicjowania, komunikowania się z otoczeniem, argumentowania i obrony własnych pomysłów i projektów dotyczących procesu komunikowania i wymiany informacij | K\_W09, K\_U01, K\_U03, K\_U06, K\_K03, K\_K04 |

**3.3 Treści programowe**

1. Problematyka wykładu

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| 1. Poszukiwanie uniwersalnego pojęcia informacji: 2. Pojęcie informacji w ujęciu pragmatycznym 3. Prawne pojęcia związane z informacją 4. Wpływ dyscyplin prawa na treść informacji prawnej i prawniczej w systemach informacyjno-wyszukiwawczych 5. Ustalanie pojęcia informacji poprzez jej cechy 3h |
| 1. Wybrane zasady w procesie informowania 2. Zasady prawne jako element stabilizacji procesów informacyjnych 3. Zasada kompleksowości informacyjnej 4. Zasada profesjonalnego informowania 5. Zasada ustalania stopnia przygotowania odbiorcy i jego zdolności odbiorczych w zakresie przekazywanej informacji 3h |
| 1. Omówienie wybranych funkcji informowania 2. Pojęcie funkcji i ich ogólna charakterystyka w zakresie, jaki wynika z obowiązków informacyjnych w prawie gospodarczym 3. Ważniejsze obszary realizowania zasady uspołeczniania poprzez informowanie 4. Funkcje aksjologiczne w procesach informacyjnych 5. Metody ustalania wartości w procesach informacyjnych i ich analiza 6. Funkcja tworzenia polityk, prognozowania i planowania 7. Kreowanie samoświadomości 8. Kreowanie statusu prawnego 9. Funkcja manipulacyjna 10. Funkcja kontrolna 11. Funkcja ratingowa 12. Funkcja komunikacji i dialogu 4h |
| 1. Media relations i regulacje prawne dotyczące reklamy  **2 h** |
| 1. Przypadki naruszeń przepisów prawnych w komunikacji **2 h** |
| 1. Dobre praktyki Public Relations 1 **h** |

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

|  |
| --- |
| Treści merytoryczne |
| 1. PR, lobbing, sponsoring, konsultacje społeczne, crisis management **3 h** 2. PR a prawo- omówienie podstawowych definicji: informacje, wizerunek, poufność, wolność, prawo do prywatności, godność ludzka **3h** 3. Kodeksy etyczne jako źródło prawa PR- budowanie standardów prawa miękkiego do ujęcia w ramy prawne *public relations.* Standardy etyczne a dyskredytacja 4 **h** 4. Etyka branży PR- funkcjonowanie Rady Etyki Public Relations i jej wpływu na egzekwowanie norm etycznych **2h** 5. Przypadki naruszeń przepisów prawnych w komunikacji **2h** 6. Właściwe praktyki Public Relations **1 h** |

3.4 Metody dydaktyczne

*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*

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 | egzamin/kolokwium | W/Ćw |
| Ek\_ 02 | egzamin/kolokwium | W/Ćw |
| Ek\_ 03 | egzamin/kolokwium | W/Ćw |
| Ek\_ 04 | obserwacja w trakcie zajęć | Ćw |
| Ek\_ 05 | obserwacja w trakcie zajęć | Ćw |

4.2 Warunki zaliczenia przedmiotu (kryteria oceniania)

|  |
| --- |
| **Dla egzaminu:**  Warunkiem zdania egzaminu jest uzyskanie pozytywnej oceny. Egzamin może mieć formę pisemną lub ustną. Polega na odpowiedzi na zadane pytania. Egzamin zawierać może pytania testowe, otwarte oraz problemowe.  Kryteriami oceny odpowiedzi są: kompletność odpowiedzi, poprawna terminologia, aktualny stan prawny.  Przyjmuje się następującą skalę ocen:  bdb – powyższej 90% poprawnych odpowiedzi,  plus db – 81 – 89%,  db – 70 – 80%,  plus dst – 61 -69%,  dst – 51 – 60%,  ndst.- poniżej 50 %.    **Ćwiczenia**  Zaliczenie ćwiczeń odbywa na podstawie – frekwencji na ćwiczeniach, aktywności na zajęciach oraz 2 kolokwiów, z których ocena pozytywna osiągana jest w przypadku uzyskania ponad 50% poprawnych odpowiedzi.  Kryteria oceny: kompletność odpowiedzi, poprawna terminologia, aktualny stan prawny.  Skala ocen:  bdb – powyższej 90%,  plus db – 81 – 89%,  db – 70 – 80%,  plus dst – 61 -69%,  dst – 51 – 60%,  ndst.- poniżej 50 % |

**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 | 30 |
| Inne z udziałem nauczyciela akademickiego  (udział w konsultacjach, egzaminie) | 5 |
| Godziny niekontaktowe – praca własna studenta  (przygotowanie do zajęć, egzaminu, napisanie referatu itp.) | 70 |
| SUMA GODZIN | 105 |
| **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 | Nie dotyczy |
| zasady i formy odbywania praktyk | Nie dotyczy |

7. LITERATURA

|  |
| --- |
| Literatura podstawowa:   1. E. Hope, *Etyka w zawodzie specjalistów public relations,* Difin, Warszawa 2013 2. J. Olszewski, *Obowiązki informacyjne w gospodarce jako element zwiększania konkurencji,* Rzeszów 2020 3. J. Olszewski, *Nowe instytucje standaryzacji informowania w ustawie o dostępie cyfrowym,* [w:] A. Borkowski, W. Małecki (red.), *Państwo a przedsiębiorca- aktualne wyzwania,* 2019 4. J. Olszewski, *Nowe obowiązki informacyjne w zakresie tworzenia ładu korporacyjnego na przykładzie nowelizacji ustawy o KRS,* K. Bilewska (red.) *Efektywność zarządzania i nadzoru w spółce handlowej. W poszukiwaniu optymalnego ustroju spółki,* Warszawa 2018 5. J. Olszewski, *Nowe obowiązki informacyjne w prawie publicznym,* M. Królikowska-Olczak (red.), *Sektory infrastrukturalne- problematyka prawna,* Warszawa 2018 |
| Literatura uzupełniająca: |

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)