

Państwowa Wyższa Szkoła Zawodowa w Raciborzu

KARTA PRZEDMIOTU

1. Nazwa przedmiotu:	Public relations				
2. Kod przedmiotu:	FGB-26				
3. Okres ważności karty:	2015-2018				
4. Forma kształcenia:	studia pierwszego stopnia				
5. Forma studiów:	studia stacjonarne				
6. Kierunek studiów:	filologia				
7. Profil studiów:	praktyczny				
8. Specjalność:	filologia germańska				
9. Semestr:	3				
10. Jedn. prowadz. przedmiot:	Instytut Studiów Społecznych				
11. Prowadzący przedmiot:	dr Rafał Riedel				
12. Grupa przedmiotów:	Kształcenie biznesowe – moduł do wyboru				
13. Status przedmiotu:	do wyboru				
14. Język prowadzenia zajęć:	polski				
15. Przedmioty wprowadzające oraz wymagania wstępne:					
Kurs podstawowy – brak wymagań wstępnych					
16. Cel przedmiotu:					
Celem przedmiotu jest przekazanie studentom praktycznej wiedzy z zakresu problematyki Public Relations. Na tak zdefiniowany cel składa się zarówno zdobycie wiedzy praktycznej z zakresu komunikacji interpersonalnej oraz społecznej, marketingu i Public Relations sensu stricte, jak również trening umiejętności praktycznych. Spodziewanym efektem przedmiotu jest więc kształtowanie wśród studentów umiejętności kreowania pozytywnego wizerunku osoby i instytucji czy realizowanego projektu wśród zainteresowanych podmiotów życia społecznego i politycznego, zwrócenie uwagi na komunikację z adresatami projektów, z mediami (z uwzględnieniem zasad etyki).					
17. Efekty kształcenia:					
Ozn.	Opis efektu kształcenia	Metoda realizacji efektu kształcenia	Metoda weryfikacji efektu kształcenia	Forma prowadzenia zajęć	Odniesienie do efektów dla kierunku studiów
01	ma podstawową wiedzę o strukturze i funkcjach systemu edukacji; celach, podstawach prawnych, organizacji i funkcjonowaniu różnych instytucji związanych z wybraną dziedziną filologii	Pisemne i ustne formy kontroli nabywania wiedzy	Ocena form kontroli	warsztaty	K_W12 (++)
02	ma podstawową wiedzę o odbiorcach pracy filologa, o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług	Pisemne i ustne formy kontroli nabywania wiedzy i efektów kształcenia	Ocena form kontroli	warsztaty	K_W13 (++)
03	ma elementarną wiedzę o bezpieczeństwie i higienie pracy w instytucjach edukacyjnych, medialnych, turystycznych, kulturalnych i wydawniczych, w powiązaniu ze studiowaną specjalnością	Obserwacja studentów podczas pracy w ramach prowadzonych ćwiczeń	Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów	warsztaty	K_W15 (+)

04	ma rozwinięte umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej, potrafi używać języka specjalistycznego i porozumiewać się w sposób precyzyjny i spójny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych ze specjalistami w zakresie literatury i językoznawstwa, jak i z odbiorcami spoza grona specjalistów, w języku ojczystym i obcym	Obserwacja studentów podczas pracy w ramach prowadzonych ćwiczeń	Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów	warsztaty	K_U07 (+++)
05	potrafi w podstawowym zakresie stosować przepisy prawa odnoszącego się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności filologa, w szczególności prawa autorskiego i związane z zarządzaniem własnością intelektualną	Obserwacja studentów podczas pracy w ramach prowadzonych ćwiczeń	Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów	warsztaty	K_U08 (+)
06	ma przekonanie o sensie, wartości i potrzebie podejmowania działań w zakresie filologii w środowisku społecznym; jest gotowy do podejmowania wyzwań zawodowych; wykazuje aktywność, podejmuje trud i odznacza się wytrwałością w realizacji indywidualnych i zespołowych działań profesjonalnych.	Obserwacja studentów podczas pracy w ramach prowadzonych ćwiczeń	Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów	warsztaty	K_K02 (++)
07	uczestniczy w życiu kulturalnym, korzystając z różnych mediów i różnych jego form zarówno w języku rodzimym, jak i w języku obcym.	Obserwacja studentów podczas pracy w ramach prowadzonych ćwiczeń	Ocena ćwiczeń wykonywanych przez studentów	warsztaty	K_K06 (++)
18. Formy i wymiar zajęć:		W. (15 h)			
19. Treści kształcenia:					
Komunikacja jako podstawowa metoda Public Relations. Public relations – ujęcia definicyjne i historia. Organizacja działu marketingu – miejsce PR. Media Relations – współpraca z mediami. Lobbying. Etyka w działalności Public Relations					
20. Egzamin:		nie, za/o			
21. Literatura podstawowa:					
S. Black, Public Relations, Warszawa 1999 W. Budzyński, Public Relations. Zarządzanie reputacją firmy. Warszawa 1998 B.Dobek – Ostrowska, R. Wiszniewski, Teoria komunikowania publicznego i politycznego. Wrocław 2002 J. Kall, Reklama, Warszawa 2002					
22. Literatura uzupełniająca:					
V.F. Birkenbihl, Komunikacja niewerbalna. Sygnały ciała. Wrocław 1998 J. Detz. Sztuka przemawiania, Gdańsk 2002 Z. Knecht, Zarządzanie Public Relations, Wrocław 2002 B. Kwarciak, Co trzeba wiedzieć o reklamie. Kraków 1999 B. Ociepka (red.), Public Relations w teorii i praktyce, Wrocław 2002 B.Dobek – Ostrowska, (red.) Współczesne systemy komunikowania. Wrocław 1997 B.Dobek – Ostrowska (red.), Studia z teorii komunikowania masowego, Wrocław 1999 B. Rozwadowska,					

23. Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia efektów kształcenia:

Lp.	Forma zajęć	Liczba godzin kontaktowych / pracy studenta	
1	Wykład		
2	Warsztaty	15	
3	Inne:	15	
Suma godzin		30	
24. Suma wszystkich godzin:		30	25. Liczba punktów ECTS:
			1
26. Liczba punktów ECTS uzyskanych na zajęciach z bezpośrednim udziałem nauczyciela akademickiego:		0,5	27. Liczba punktów ECTS uzyskanych w wyniku samodzielnej pracy studenta:
			0,5
28. Uwagi:			

Zatwierdzono:

.....
(data i podpis prowadzącego).....
(data i podpis)