

# KARTA PRZEDMIOTU (SYLABUS)

Kod przedmiotu		Nazwa przedmiotu	E-Public Relations	
UTH/F/DZ/2/P/ST/B1/7			E-Public Relations	
Język wykładowy		Polski		
Rok akademicki		2023/2024		
Kierunek  w zakresie		Dziennikarstwo i nowe media		
		-		
Poziom studiów		Studia drugiego stopnia		
Profil studiów		Profil praktyczny		
Forma studiów		Studia stacjonarne		
Semestr / semestry		II		
Przynależność do grupy zajęć		B1. Grupa kierunkowych - obowiązkowych		
Status przedmiotu		Obowiązkowy		
Formy realizacji zajęć dydaktycznych, wymiar, punkty ECTS		Forma zajęć	Liczba godzin zajęć dydaktycznych	Liczba punktów ECTS
		-	-	2 ECTS
		-	-	
		Zajęcia warsztatowe	20	
Powiązanie przedmiotu	z profilem studiów	Kształtuje umiejętności praktyczne (profil praktyczny)		2 ECTS
	z uprawnieniami	-		0 ECTS
	z dyscypliną	Nauki o komunikacji społecznej i mediach		2 ECTS
Forma nauczania		W trybie regularnym – w siedzibie Uczelni lub w trybie zdalnym – z wykorzystaniem metod i technik kształcenia na odległość		
Wymagania wstępne		Brak		
Jednostka prowadząca		Wydział Filologiczno-Pedagogiczny/Katedra Kultury Polskiej i Mediów		
Koordynator		Dr hab. W. Macierzyński, prof. UTHRad.		
Adres strony internetowej pjo		www.wfp.uniwersytetradom.pl		
Adres e-mail, telefon koordynatora		w.macierzynski@uthrad.pl, tel. +48 (48) 361 7360		

## EFEKTY UCZENIA SIĘ, TREŚCI PROGRAMOWE, REALIZACJA ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH, WERYFIKACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

Cel kształcenia:	Celem kształcenia jest przekazanie studentom szczegółowych informacji nt. działalności PR w Internecie oraz dostarczenie praktycznych umiejętności w zakresie projektowania działań PR z wykorzystaniem specyficznych narzędzi charakterystycznych dla nowych mediów.
Treści programowe:	<b>Zajęcia warsztatowe</b> - E-public relations – podstawowe pojęcia, cele i funkcje działalności PR w Sieci;

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- E-PR jako podstawowe narzędzie w zintegrowanej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa;</li> <li>- Korzyści i ograniczenia działalności e-PR;</li> <li>- Instrumenty e-PR w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej;</li> <li>- Działania PR w mediach społecznościowych – analiza wybranych przykładów;</li> <li>- E-PR w sytuacjach kryzysowych – studium przypadków;</li> <li>- Projektowanie działań e-PR (analiza wstępna, formułowanie strategii, selekcja grup docelowych, opracowanie treści przekazu, dobór partnerów, media relations, wdrażanie, ewaluacja);</li> <li>- Nowe trendy i perspektywy rozwoju e-public relations.</li> </ul>
Metody dydaktyczne (kształcenia):	<ul style="list-style-type: none"> <li>- wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik i narzędzi multimedialnych</li> <li>- klasyczna i sytuacyjna metoda problemowa</li> <li>- studium przypadku</li> <li>- projekt</li> </ul>
Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej:	<p>Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest osiągnięcie przez studenta wymaganych efektów uczenia się. Uzyskanie pozytywnych ocen ze wszystkich form zajęć wchodzących w skład przedmiotu jest równoznaczne ze zdobyciem przez studenta liczby punktów ECTS przyporządkowanej temu przedmiotowi. Sposób obliczania oceny z poszczególnych form zajęć przedstawia się następująco:</p> <p><b>Zajęcia warsztatowe</b>  Egzamin (po II semestrze) obejmuje część teoretyczną (pytania zamknięte) – 50% i praktyczną – opracowanie wstępnych założeń do projektu kampanii PR w nowych mediach – 50%.</p>

Efekty uczenia się dla przedmiotu w odniesieniu do efektów kierunkowych i formy zajęć				Metody weryfikacji efektów uczenia się	
Numer efektu uczenia się	Opis efektów uczenia się dla przedmiotu (PEU) Student, który zaliczył przedmiot (W) zna i rozumie/ (U) potrafi /(K) jest gotów do:	Kierunkowy efekt uczenia się (KEU)	Forma zajęć	Forma weryfikacji (zaliczeń)	Metody sprawdzania i oceny
W1	Zna w stopniu pogłębionym teorię, metodologię i terminologię z dziedziny e-Public Relations oraz możliwości zastosowania wiedzy teoretycznej z ww. dziedzin w praktycznej działalności PR w nowych mediach.	K_WG01	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt
W2	Zna cele, instrumenty, metody i techniki e-PR-u.	K_WG06	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt
U1	Umie definiować i rozstrzygać problemy oraz wykonywać zadania typowe dla zawodów e-PR-owca: tworzyć merytoryczne, rzetelne przekazy multimedialne o różnego typu wydarzeniach, zjawiskach i procesach, prezentowane online; budować społeczności i realizować projekty społeczne i ekonomiczne; kreować wizerunek i markę; zarządzać sytuacją kryzysową; współpracować z interesariuszami; projektować, promować i reklamować produkty lub usługi.	K_UW01	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt
U2	Umie posługiwać się nowoczesnymi urządzeniami, programami i aplikacjami, przydatnymi w działalności e-PR-owskiej i e-marketingowej.	K_UW03	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt
U3	Umie porozumiewać się z różnymi grupami odbiorców, odbierając i tworząc wypowiedzi ustne i pisemne oraz przekazy multimedialne, zwłaszcza przeznaczone dla Internetu i mediów mobilnych; potrafi stosować zasady, metody i techniki komunikacji w Sieci (webwriting, smartwriting, copywriting, storytelling).	K_UK07	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt

K1	Jest przygotowany do wykorzystania swoich umiejętności w zakresie e-PR w inspirowaniu i organizowaniu działań mających na celu rozwój środowiska społeczno-gospodarczego, w tym lokalnego.	K_KO03	Zajęcia warsztatowe	Egzamin	Test (pytania zamknięte), projekt
----	--	--------	---------------------	---------	-----------------------------------

Literatura i pomoce naukowe	
<p><b>Literatura podstawowa</b>  Miotk A., Nowy PR. Jak internet zmienił public relations, Słowa i Myśli, Lublin 2016  Tworzydło D., Public relations praktycznie, wyd. Newslime Sp. z o.o., Rzeszów 2017  Żukowski M., Twoja firma w social mediach. Podręcznik marketingu internetowego dla małych i średnich przedsiębiorstw, Helion, Gliwice 2016  Kaczmarek-Śliwińska M., Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji. Sztuka komunikowania się, Difin, Warszawa 2015</p> <p><b>Literatura uzupełniająca</b>  Macierzyński W., Public relations w opinii Polaków. Perspektywa czasu niepewności, Wydawnictwo Naukowe ITeE-PIB, Radom 2008  Tworzydło D., Soliński T. (red.), Public relations – narzędzia przyszłości, Wyd. Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania, Rzeszów 2007</p> <p><b>Pomoce naukowe</b>  Laptop, rzutnik multimedialny</p>	

Nakład pracy studenta potrzebny do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się – bilans punktów ECTS			
Udział w zajęciach, aktywność	Obciążenie studenta [h]		
	Inne godz. kontaktowe (IGK)	Zajęcia bez nauczyciela-praca własna studenta (ZBN)	Zajęcia dydaktyczne
Udział w zajęciach warsztatowych	-	-	20
Udział w konsultacjach	5	-	-
Przygotowanie do zajęć i zaliczenia, w tym wykonanie prac zaliczeniowych	-	25	-
Sumaryczne obciążenie pracą studenta	5[h] / 0,2 ECTS	25[h] / 1,0 ECTS	20[h] / 0,8 ECTS
Punkty ECTS za przedmiot	2 ECTS		

Informacje dodatkowe, uwagi
<p>W przypadku studentów ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych, określone powyżej (w karcie) metody i formy weryfikacji efektów uczenia się dostosowuje się odpowiednio do indywidualnych potrzeb tych studentów.</p> <p>Szczegółowe zasady i formy wsparcia studentów ze szczególnymi potrzebami: w tym z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych podczas zajęć, zaliczeń i egzaminów określono w: Regulaminie Studiów, Zasadach Studiowania, Procedurze dotyczącej zapewnienia dostępności procesu kształcenia studentom ze szczególnymi potrzebami, w tym: z niepełnosprawnością, przewlekłe chorych.</p>