**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 | | 2021/2022 | | | | |
|  | | | | | | |
| Kierunek | | Dziennikarstwo i nowe media | | | | |
| w zakresie | | - | | | | |
| 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 | | Tradycyjna – zajęcia zorganizowane na Uczelni | | | | |
| Wymagania wstępne | | Brak | | | | |
|  | | | | | | |
| Jednostka prowadząca | | Wydział Filologiczno-Pedagogiczny / Katedra Filologii Polskiej | | | | |
| Koordynator | | Dr hab. W. Macierzyński, prof. UTHRad. | | | | |
| Adres strony internetowej pjo | | [www.wfp.uniwersytetradom.pl](http://www.wfp.uniwersytetradom.pl) | | | | |
| Adres e-mail, telefon koordynatora | | [w.macierzynski@uthrad.pl](mailto:w.macierzynski@uthrad.pl), tel. +48 (48) 361 7360 | | | | |

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

|  |  |
| --- | --- |
| Cel kształcenia: | 1. 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: | **Zajęcia warsztatowe**  - E-public relations – podstawowe pojęcia, cele i funkcje działalności PR w Sieci;  - E-PR jako podstawowe narzędzie w zintegrowanej komunikacji marketingowej przedsiębiorstwa;  - Korzyści i ograniczenia działalności e-PR;  - Instrumenty e-PR w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej;  - Działania PR w mediach społecznościowych – analiza wybranych przykładów;  - E-PR w sytuacjach kryzysowych – studium przypadków;  - Projektowanie działań e-PR (analiza wstępna, formułowanie strategii, selekcja grup docelowych, opracowanie treści przekazu, dobór partnerów, media relations, wdrażanie, ewaluacja);  - Nowe trendy i perspektywy rozwoju e-public relations. |
| Metody dydaktyczne (kształcenia): | - wykład konwersatoryjny z wykorzystaniem technik i narzędzi multimedialnych  - klasyczna i sytuacyjna metoda problemowa  - studium przypadku  - projekt |
| Rygor zaliczenia, kryteria oceny osiągniętych efektów uczenia się, sposób obliczania oceny końcowej: | 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:  **Zajęcia warsztatowe**  Sprawdzian wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych obejmuje: część teoretyczną (pytania zamknięte) i praktyczną (projekt kampanii PR w nowych mediach).  Ocena z części teoretycznej stanowi 50 % oceny końcowej.  Ocena z części praktycznej stanowi 50 % oceny końcowej. |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 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 teorie, metodologie i terminologie z dziedziny  e-Public Relations oraz możliwości zastosowania wiedzy teoretycznej z ww. dziedzin w praktycznej działalności PR  w nowych mediach. | K\_WG01 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | Test (pytania zamknięte), projekt |
| W2 | Zna cele, instrumenty, metody i techniki  e-PR-u. | K\_WG06 | Zajęcia warsztatowe | Zaliczenie na ocenę | 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 | Zaliczenie na ocenę | 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 | Zaliczenie na ocenę | 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 | Zaliczenie na ocenę | 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 | Zaliczenie na ocenę | Test (pytania zamknięte), projekt |

|  |
| --- |
| Literatura i pomoce naukowe |
| **Literatura podstawowa**  Miotk A., Nowy PR. Jak internet zmienił public relations, Słowa i Myśli, Lublin 2016  Tworzydło D., Public relations praktycznie, wyd. Newsline 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  **Literatura uzupełniająca**  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  **Pomoce naukowe**  Laptop, rzutnik multimedialny |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 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 |
|  |