

## KARTA PRZEDMIOTU

### 1. Informacje wstępne

Nazwa przedmiotu	PR osób i instytucji publicznych
Wydział	Wydział Zarządzania i Komunikacji Społecznej
Kierunek	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Specjalność/Ścieżka specjalizacyjna	—
Poziom PRK	6 PRK
Poziom kształcenia	studia pierwszego stopnia
Forma studiów	studia stacjonarne
Grupa zajęć	—
Liczba punktów ECTS	2
Rodzaj przedmiotu	fakultatywny
Liczba godzin ogółem	20 godz.
Cykl dydaktyczny	2023/2024 zimowy
Semestr studiów	5
Rok studiów	3
Profil kształcenia	praktyczny
Rok realizacji	2025/2026
Język wykładowy	polski
Osoba odpowiedzialna za przedmiot	prof. UAFM dr hab. Grażyna Piechota (e-mail: <a href="mailto:gpiechota@afm.edu.pl">gpiechota@afm.edu.pl</a> )

### Semestr, liczba punktów ECTS, rodzaj zajęć, liczba godzin w planie studiów

Semestr	Ćwiczenia
5	20 godz. 2 ECTS

### 2. Cele przedmiotu

C1	Celem realizacji przedmiotu jest zapoznanie studentów z procesami public relations i kreowania wizerunku osób i organizacji publicznych. Przedmiot ma na celu rozwinięcie praktycznych umiejętności w zakresie kreowania wizerunku podmiotów, uwzględniając mechanizmy społeczne, schematy i uproszczenia kulturowe w postrzeganiu rzeczywistości. Podczas zajęć studenci praktycznie pracują nad kreowaniem wizerunku wybranych osób lub organizacji, z uwzględnieniem komunikowania w nowych mediach.
----	--

### 3. Wymagania wstępne

Zaliczony podstawowy kurs z zakresu PR.

### 4. Opis efektów uczenia się

<b>W1</b>	Wiedza: Student zna zasady kreowania wizerunku, potrafi wykorzystać różne narzędzia do kreowania wizerunku organizacji lub osoby, także z wykorzystaniem nowych mediów.	EUK6_W1, EUK6_W2, EUK6_W6
<b>U1</b>	Umiejętności: Student potrafi przygotować wstępną strategię postępowania w przypadku kreowania lub zmiany wizerunku organizacji lub osoby, potrafi zastosować teoretyczne modele dot. kreowania wizerunku oraz odpowiednie narzędzia PR do przeprowadzenia procesu tworzenia lub zmiany wizerunku.	EUK6_U3, EUK6_U4, EUK6_U6, EUK6_U7
<b>K1</b>	Kompetencje społeczne: Student potrafi zorganizować działania polegające na kreowaniu lub zmianie wizerunku, z zachowaniem zasad etycznego działania, wykorzystując wiedzę i umiejętności z zakresu komunikowania społecznego i mediów, a także uwzględniając odpowiedzialne zachowania w społeczeństwie obywatelskim.	EUK6_KS1, EUK6_KS2, EUK6_KS4

### 5. Treści programowe

#### Ćwiczenia (20 godz.)

Kod	Tematyka zajęć (nr semestru: 5)
Cw1	Analiza teoretycznych modeli kreowania wizerunku osób i organizacji
Cw2	Praca w grupach nad studium przypadku - kreowanie wizerunku osoby
Cw3	Praca w grupach nad studium przypadku - kreowanie wizerunku wybranej organizacji
Cw4	Analiza samodzielnie przygotowanych przez studentów prac
Cw5	Analiza w grupach (i przygotowanie poprawnych wizerunków) na podstawie sytuacji realnych

### 6. Metody dydaktyczne

Ćwiczenia	
<b>M1</b>	Analiza przypadków
<b>M2</b>	Analiza tekstów
<b>M3</b>	Burza mózgów
<b>M6</b>	Dyskusja
<b>M15</b>	Praca nad projektami
<b>M16</b>	Praca w grupach
<b>M17</b>	Prezentacja multimedialna
<b>M18</b>	Rozwiązywanie zadań
<b>M19</b>	Studium przypadku
<b>M23</b>	Zajęcia praktyczne

### 7. Nakład pracy studenta

Forma aktywności studenta	Obciążenie studenta
Ćwiczenia	20 godz.
W tym metodą e-learning:	0 godz.

<b>Praca własna studenta</b>	
	<b>30 godz.</b>

<b>Całkowite obciążenia</b>	
Sumaryczna liczba godzin dla przedmiotu wynikająca z całego nakładu pracy studenta	<b>50 godz.</b>
Sumaryczna liczba punktów ECTS dla przedmiotu	<b>2 ECTS</b>

## 8. Kryteria oceny

Warunki zaliczenia przedmiotu:

zaliczenie z ocen cząstkowych otrzymywanych przez studentów podczas zajęć

<b>Ćwiczenia</b>	
<b>Na ocenę 5:</b>	średnia ocen 4,8-5,0
<b>Na ocenę 4,5:</b>	średnia ocen 4,4 - 4,7
<b>Na ocenę 4:</b>	średnia ocen 4,0-4,3
<b>Na ocenę 3,5:</b>	średnia ocen 3,5-3,9
<b>Na ocenę 3:</b>	średnia ocen 3,0- 3,4

## 9. Literatura

### Literatura podstawowa

1. Dariusz Tworzydło. Public relations praktycznie. Newslime. Rzeszów 2017.  
Anna Miotk. Nowy PR : jak internet zmienił public relations. Wydawnictwo Słowa i Myśl. Lublin 2016.  
Robert Ciadini. Wywieranie wpływu na ludzi. GWP. Gdańsk 2003.  
Mark Leary. Wywieranie wrażenia na innych. Osztuce autoprezentacji. GWP. Gdańsk 2002.

### Literatura uzupełniająca

1. Barbara Rozwadowska. Public relations : teoria, praktyka, perspektywy Wydawnictwo Studio Emka. Warszawa 2002.  
Fraser P. Seitel. Public Relations w Praktyce. Felberg SJA. Warszawa 2003.

### Publikacje prowadzącego

1. Grażyna Piechota (red.) Public relations - konteksty międzykulturowe i międzynarodowe. Oficyna Wydawnicza AFM. Kraków 2011.  
Grażyna Piechota (red.) Public relations wobec wyzwań współczesności. Oficyna Wydawnicza AFM. Kraków 2012.  
Grażyna Piechota. Cultural Differences in Network Communication. How Polish, German and Ukrainian Netizens Use Social Media. Peter Lang. Berlin 2018.

### Pomoce dodatkowe

Samodzielna analiza portali: proto.pl; press.pl

## 10. Informacja o osobach prowadzących zajęcia

### Osoby prowadzące zajęcia

prof. UAFM dr hab. Grażyna Piechota (e-mail: gpiechota@afm.edu.pl)