



UNIwersYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

Internal PR Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Dziennikarstwo i komunikacja społeczna		Cykl dydaktyczny 2023/24	
Specjalność Reklama i public relations		Kod zajęć 14DKSRPRN.22S.13450.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa		Języki wykładowe polski	
Poziom studiów studia drugiego stopnia		Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy	
Forma studiów studia niestacjonarne		Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe	
Profil studiów profil praktyczny			
Koordynator zajęć	Paweł Łokić		
Prowadzący zajęcia	Paweł Łokić		
Okres Rok 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 10, Zaliczenie z oceną		Liczba punktów ECTS 1

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Przekazanie wiedzy w zakresie kluczowych terminów, definicji i mechanizmów istotnych dla efektywnego rozumienia i projektowania komunikacji wewnętrznej w przedsiębiorstwie bądź instytucji
C2	Uświadomienie istotności prowadzenia działań z zakresu PR-u wewnętrznego w instytucji oraz ich roli w kształtowaniu efektywnego i przyjaznego pracownikom środowiska pracy
C3	Wykształcenie umiejętności zaprojektowania osiągalnych i efektywnych działań z zakresu PR wewnętrznego z wykorzystaniem dostępnych narzędzi komunikacji wewnętrznej
C4	Zrozumienie i pojmowanie znaczenia dobrych praktyk PR wewnętrznego w instytucji jako kluczowego elementu budowania wspólnoty w organizacji

Wymagania wstępne

Podstawowa wiedza zakresu komunikacji społecznej.

Efekty uczenia się dla zajęć

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
Wiedzy - Student/ka:			
W1	Zna podstawowe pojęcia z zakresu wewnętrznego public relations w instytucji	DKS_K2_W01, DKS_K2_W02, DKS_K2_W03	Projekt
W2	Pojmuje znaczenie dobrych praktyk PR wewnętrznego dla efektywnego funkcjonowania organizacji	DKS_K2_W05, DKS_K2_W08, DKS_K2_W10, DKS_K2_W11	Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi zdefiniować cele strategiczne i operacyjne dla działań wewnętrznego public relations w instytucji, adekwatne do poszczególnych grup docelowych	DKS_K2_U01, DKS_K2_U03, DKS_K2_U04, DKS_K2_U06, DKS_K2_U07, DKS_K2_U11	Projekt
U2	Potrafi dobrać właściwe narzędzia PR wewnętrznego adekwatne do realizacji określonych celów komunikacji wewnątrz organizacji	DKS_K2_U02, DKS_K2_U03, DKS_K2_U04	Projekt
U3	Potrafi przeprowadzić rzetelną analizę komunikacji wewnętrznej i na jej podstawie wyciągnąć wnioski istotne dla formułowania strategii PR wewnętrznego w organizacji	DKS_K2_U03, DKS_K2_U04, DKS_K2_U05, DKS_K2_U07, DKS_K2_U11	Projekt
U4	Potrafi rozpoznać i rozwiązywać problemy związane z nieprawidłowym funkcjonowaniem komunikacji wewnętrznej w organizacji przy użyciu metod negocjacyjnych, mediacji oraz innych sposobów rozwiązywania konfliktów	DKS_K2_U01, DKS_K2_U04, DKS_K2_U11	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			

Kod	Efekty uczenia się dla zajęć w zakresie	Efekty uczenia się dla kierunku	Metody weryfikacji osiągnięcia efektów uczenia się dla zajęć
K1	Ma świadomość istotności roli PR wewnętrznego w skutecznym organizowaniu pracy zespołowej w instytucji na wszystkich jej szczeblach	DKS_K2_K02, DKS_K2_K03, DKS_K2_K04	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Public Relations - podstawowe pojęcia oraz znaczenie PR wewnętrznego w organizacji	W1, W2	Ćwiczenia
2.	Wewnętrzne grupy odniesienia oraz grupy docelowe dla public relations w organizacji. Różnice i sposoby definiowania adresatów komunikacji wewnętrznej	W1, W2, U1, K1	Ćwiczenia
3.	Cele strategiczne, cele operacyjne i narzędzia stosowane do ich realizacji w procesie komunikacji wewnętrznej	U1, U2, U3, U4, K1	Ćwiczenia
4.	Metody analizy wewnętrznej podmiotu jako punkt wyjścia do skutecznego zaplanowania komunikacji w organizacji	W1, U2, U3, U4, K1	Ćwiczenia
5.	Kryzysy i konflikty wewnątrz organizacji - źródła sytuacji kryzysowych i sposoby rozwiązywania konfliktów.	U2, U4, K1	Ćwiczenia
6.	Profilaktyka antykryzysowa oraz inne dobre praktyki wewnętrznego public relations	W1, W2, U2, U3, K1	Ćwiczenia
7.	Przygotowanie w grupie projektu komunikacji wewnętrznej oraz prezentacja wykonanej pracy dla wybranej instytucji	U1, U2, U3, U4, K1	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Metoda ćwiczeniowa, Metoda projektu

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	Obecność obowiązkowa. Zaliczenie na podstawie projektu wykonanego w ramach pracy zespołowej. bardzo dobry (bdb; 5,0): wiedza, bardzo dobrze opanowane umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry plus (+db; 4,5): pogłębiona wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dobry (db; 4,0): dobra wiedza, dobrze wyuczone umiejętności oraz wykształcone kompetencje personalne i społeczne dostateczny plus (+dst; 3,5): zadawalająca wiedza, wyuczone umiejętności oraz kompetencje personalne i społeczne dostateczny (dst; 3,0): podstawowa wiedza, opanowane najważniejsze umiejętności oraz wykształcone podstawowe kompetencje personalne i społeczne niedostateczny (ndst; 2,0): niezadawalająca wiedza, nieopanowane umiejętności oraz niewykształcone kompetencje personalne i społeczne

Literatura

Obowiązkowa

1. Public Relations, D. Tworzydło, J. Olędzki, Warszawa 2008
2. Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji, Kaczmarek-Śliwińska M. Warszawa 2015
3. Komunikacja wewnętrzna krok po kroku, Quirke B, Białystok 2012.

Dodatkowa

1. Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, K. Wojcik, Warszawa 2013.

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Ćwiczenia	10
Czytanie wskazanej literatury	5
Przygotowanie projektu	10
Przygotowanie prezentacji multimedialnej	5
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 30
Liczba punktów ECTS	ECTS 1

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
DKS_K2_K02	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych, z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, oraz zachowywania się w sposób profesjonalny i etyczny w pracy zawodowej oraz działalności publicznej
DKS_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
DKS_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do inicjowania działań na rzecz interesu publicznego oraz wypełniania zobowiązań społecznych, inspirowania i organizowania działalności na rzecz środowiska społecznego
DKS_K2_U01	Absolwent/ka potrafi właściwie dobierać źródła i informacje z nich pochodzące, dokonywać oceny, krytycznej analizy, syntezy, twórczej interpretacji i prezentacji tych informacji w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów w zakresie komunikacji społecznej i mediów
DKS_K2_U02	Absolwent/ka potrafi innowacyjnie wykonywać zadania w nieprzewidywalnych warunkach przez odpowiedni dobór oraz stosowanie właściwych metod i narzędzi, w tym zaawansowanych technik informacyjno-komunikacyjnych
DKS_K2_U03	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do przystosowania istniejących lub opracowania nowych metod i narzędzi służących do rozwiązywania problemów w zakresie komunikacji społecznej
DKS_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarza i specjalisty ds. komunikacji
DKS_K2_U05	Absolwent/ka potrafi formułować i testować hipotezy związane z prostymi problemami wdrożeniowymi charakterystyczne dla dziennikarstwa i komunikacji społecznej
DKS_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
DKS_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym redakcji oraz działów komunikacji, reklamy i marketingu, oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
DKS_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów i działań promocyjno-reklamowych
DKS_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu fakty, obiekty i zjawiska stanowiące zaawansowaną wiedzę ogólną z zakresu nauk o komunikacji społecznej i mediach
DKS_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu medialnego
DKS_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W05	Absolwent/ka zna i rozumie ekonomiczne, prawne, etyczne i inne uwarunkowania działalności zawodowej dziennikarzy i specjalistów od komunikacji społecznej
DKS_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie w sposób pogłębiony wybrane metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania danych oraz modelowania systemu komunikowania społecznego i procesów w nim zachodzących, a także identyfikowania rządzących nim prawidłowości
DKS_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług
DKS_K2_W11	Absolwent/ka zna i rozumie funkcjonowanie organizacji i sposoby pracy w redakcji, agencji promocyjno-reklamowej lub komórkach instytucji odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne w zależności od wybranej specjalności