



UNIWERSYTET
IM. ADAMA MICKIEWICZA
W POZNANIU

E-PR Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Nowe media w komunikacji Specjalność Komunikacja w mediach cyfrowych Jednostka organizacyjna Wydział Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Poziom studiów studia drugiego stopnia Forma studiów studia stacjonarne Profil studiów profil praktyczny		Cykl dydaktyczny 2023/24 Kod zajęć 14NMKKMCS.28S.02402.23 Języki wykładowe polski Obligatoryjność Obowiązkowy specjalnościowy Blok zajęciowy Przedmioty specjalnościowe
Koordynator zajęć	Szymon Ossowski	
Prowadzący zajęcia	Szymon Ossowski	
Okres Semestr 4	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Ćwiczenia: 15, Zaliczenie z oceną	Liczba punktów ECTS 2

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
C1	Zapoznanie studentów z celami prowadzenia działalności public relations w internecie
C2	Zapoznanie studentów z narzędziami public relations wykorzystywanymi w sieci
C3	Zapoznanie studentów z czynnikami warunkującymi efektywność działalności public relations
C4	Zapoznanie studentów z metodami badania skuteczności działalności public relations online

Wymagania wstępne

Brak

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 instrumenty public relations i media relations wykorzystywane w komunikacji internetowej oraz potrafi właściwie zastosować materiały video w sieci	NMK_K2_W01, NMK_K2_W03, NMK_K2_W08, NMK_K2_W09	Kolokwium ustne
W2	Ma wiedzę o zasadach budowania relacji z otoczeniem wewnętrznym i zewnętrznym instytucji przy wykorzystaniu mediów społecznościowych	NMK_K2_W02, NMK_K2_W08, NMK_K2_W09, NMK_K2_W10	Kolokwium ustne
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Rozumie znaczenie public relations dla skutecznego zarządzania organizacją w internecie	NMK_K2_U02, NMK_K2_U03, NMK_K2_U04	Projekt
U2	Umie zorganizować pracę komórki odpowiedzialnej za public relations w danej organizacji oraz wykorzystywać digital media	NMK_K2_U06, NMK_K2_U07, NMK_K2_U08, NMK_K2_U11	Projekt
U3	Potrafi reagować w sytuacjach kryzysowych i stosować optymalne dla sytuacji strategie wyjścia z kryzysu	NMK_K2_U01, NMK_K2_U02, NMK_K2_U03	Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	Ma świadomość znaczenia otwartej i uczciwie prowadzonej komunikacji dla sukcesu ludzi i instytucji	NMK_K2_K02, NMK_K2_K03, NMK_K2_K04, NMK_K2_K06	Projekt
K2	Jest przygotowany do pracy w dziale PR i wykorzystywania narzędzi komunikacji internetowej	NMK_K2_K01, NMK_K2_K02, NMK_K2_K05, NMK_K2_K06	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Miejsce public relations w marketingu; istota public relations i znaczenie internetu w komunikacji społecznej	W1, W2, U1, K2	Ćwiczenia
2.	Public relations a pojęcia pokrewne	W1, W2, U3	Ćwiczenia
3.	Motywy prowadzenia działalności public relations w internecie	U1, U2, K1, K2	Ćwiczenia
4.	Analiza stanu wyjściowego podmiotu	W2, U1, U2, K2	Ćwiczenia

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
5.	Planowanie działalności PR i wykorzystania narzędzi komunikacji internetowej	U1, U3, K1, K2	Ćwiczenia
6.	Instrumenty e-public relations, w tym wykorzystanie mediów społecznościowych	W1, W2, U1, K1	Ćwiczenia
7.	Współpraca z mediami przy użyciu mediów cyfrowych	W2, U2, K2	Ćwiczenia
8.	Social media w komunikacji wewnętrznej PR	K1, K2	Ćwiczenia
9.	Prewencyjne i kryzysowe PR w sieci	W1, U1, U2, K1	Ćwiczenia
10.	Metody analizy skuteczności działalności PR w internecie	U2, K2	Ćwiczenia

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Ćwiczenia	Dyskusja, Metoda analizy przypadków, Metoda ćwiczeniowa

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Ćwiczenia	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. „e-Kryzys. Jak zarządzać sytuacją kryzysową w internecie”, red. A Łaszyn, Warszawa 2020
2. Łaszyn, "Media i Ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami", Warszawa 2015
3. K. Wojcik, "Public Relations czyli wiarygodny dialog z otoczeniem," Warszawa 2017

Dodatkowa

1. E. Berneys, "Krystalizacja opinii publicznej", Warszawa 2019
2. "Public relations", red. J. Olędzki i D. Tworzydło, Warszawa 2006

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
------------------------	---

Ćwiczenia	15
Przygotowanie projektu	30
Przygotowanie do zaliczenia	15
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 60
Liczba punktów ECTS	ECTS 2

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
NMK_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do poszerzania i aktualizowania oraz krytycznej oceny posiadanej wiedzy
NMK_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 w zakresie komunikowania w nowych mediach
NMK_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu problemów poznawczych i praktycznych w naukach o komunikowaniu społecznym i mediach oraz zasięgania opinii ekspertów w przypadku trudności z samodzielnym rozwiązaniem problemu
NMK_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
NMK_K2_K05	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do rozwijania dorobku zawodu i podtrzymywania etosu zawodu dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_K06	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do wykazywania się w pracy zawodowej i aktywności publicznej przedsiębiorczością i innowacyjnością
NMK_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 nowych mediów
NMK_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
NMK_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 i nowych mediów
NMK_K2_U04	Absolwent/ka potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do formułowania i rozwiązywania problemów oraz wykonywania zadań typowych dla działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_K2_U06	Absolwent/ka potrafi umiejętnie wykorzystywać zdobytą wiedzę w komunikowaniu społecznym i prowadzeniu debaty, rozszerzoną o krytyczną analizę skuteczności i przydatności stosowanej wiedzy
NMK_K2_U07	Absolwent/ka potrafi kierować pracą zespołu, w tym redakcji, działów odpowiedzialnych za komunikowanie wewnętrzne lub zewnętrzne, reklamę i marketing w organizacjach komercyjnych i niekomercyjnych oraz współdziałać z innymi osobami w ramach tych prac i przyjmować w nich wiodącą rolę
NMK_K2_U08	Absolwent/ka potrafi samodzielnie planować i realizować własne uczenie się przez całe życie i ukierunkowywać innych w tym zakresie
NMK_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prowadzić badania społeczne niezbędnych do opracowania diagnoz potrzeb odbiorców mediów, działań promocyjno-reklamowych w nowych mediach, zagrożeń w przestrzeni internetowej dotyczącej komunikowania
NMK_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, a także sztuk plastycznych i konserwacji dzieł sztuki oraz nauk o bezpieczeństwie
NMK_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu metody i narzędzia opisu, w tym techniki pozyskiwania i analizy danych oraz teorie dotyczące nowych mediów i komunikacji społecznej, wyjaśniające złożone zależności między elementami systemu komunikowania społecznego i mediami cyfrowymi
NMK_K2_W03	Absolwent/ka zna i rozumie wybrane zagadnienia z zakresu zaawansowanej wiedzy szczegółowej, właściwe dla kierunku nowe media w komunikacji oraz zastosowania praktyczne tej wiedzy w działalności zawodowej dziennikarzy i innych twórców w przestrzeni nowych mediów
NMK_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 internetu, a także procesów w nich zachodzących i identyfikowania rządzących nim prawidłowości

Kod	Treść
NMK_K2_W09	Absolwent/ka zna i rozumie rolę nowych mediów, internetu i komunikowania masowego w funkcjonowaniu grupy społecznej, państwa i wspólnoty międzynarodowej oraz o ich historycznej ewolucji
NMK_K2_W10	Absolwent/ka zna i rozumie odbiorców nowych mediów, działań promocyjno-reklamowych oraz posiada pogłębioną wiedzę o metodach diagnozowania ich potrzeb i oceny jakości usług