



Podstawy komunikacji zawodowej - wstęp do public relations Sylabus zajęć

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Komunikacja wizerunkowo-mediacyjna	Cykl dydaktyczny 2023/24
Specjalność -	Kod zajęć 09KWMS.22KP.02475.23
Jednostka organizacyjna Wydział Neofilologii	Języki wykładowe polski, angielski
Poziom studiów studia drugiego stopnia	Obligatoryjność Obowiązkowy
Forma studiów studia stacjonarne	Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe podstawowe
Profil studiów profil ogólnoakademicki	
Koordynator zajęć	Emilia Wąsikiewicz-Firlej
Prowadzący zajęcia	Emilia Wąsikiewicz-Firlej
Okres Semestr 2	Forma zajęć / liczba godzin / forma zaliczenia • Wykład: 30, Egzamin
	Liczba punktów ECTS 4

Cele kształcenia dla zajęć

Kod	Cel
G1	Zapoznanie studentów z podstawowymi elementami wiedzy i terminologią na temat komunikacji zawodowej
G2	Zapoznanie studentów z zasadami prowadzenia komunikacji w zakresie public relations w odniesieniu do kształtowania wizerunku firmy/instytucji i utrzymywania kontaktu firmy/instytucji z jej szeroko pojętym środowiskiem zewnętrznym i wewnętrznym
G3	Rozwijanie umiejętności rzetelnego poszukiwania, analizy i oceny informacji z zakresu komunikacji zawodowej

Wymagania wstępne

- znajomość języka angielskiego na poziomie licencjatu w zakresie filologii angielskiej (języka angielskiego) lub na poziomie B2+ (ESOKJ).

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 i terminologię z zakresu komunikacji zawodowej ze szczególnym uwzględnieniem specyfiki public relations	KWM_K2_W01, KWM_K2_W02	Egzamin pisemny, Projekt
W2	Rozumie znaczenie roli języka jako podstawowego narzędzia komunikowania w praktyce public relations	KWM_K2_W01, KWM_K2_W02, KWM_K2_W08	Egzamin pisemny, Projekt
Umiejętności - Student/ka:			
U1	Potrafi wyjaśnić umiejscowienie badań nad komunikacją zawodową w obrębie językoznawstwa i komunikologii w kontekście tworzenia wizerunku	KWM_K2_U01, KWM_K2_U02, KWM_K2_U04	Egzamin pisemny, Projekt
U2	Potrafi czytać ze zrozumieniem i samodzielnie komentować prace naukowe z zakresu komunikacji zawodowej oraz odnieść je do kontekstu pracy zawodowej	KWM_K2_U01, KWM_K2_U02, KWM_K2_U04	Egzamin pisemny, Projekt
U3	Potrafi integrować zdobytą wiedzę z zakresu komunikacji zawodowej i stosować ją do analizy i planowania działań komunikacyjnych w sytuacjach zawodowych	KWM_K2_U01, KWM_K2_U02, KWM_K2_U04, KWM_K2_U11	Egzamin pisemny, Projekt
U4	Potrafi wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów	KWM_K2_U01, KWM_K2_U02, KWM_K2_U04, KWM_K2_U10, KWM_K2_U11	Egzamin pisemny, Projekt
Kompetencji społecznych - Student/ka:			
K1	jest gotów/owa do stałego aktualizowania i doskonalenia swojej wiedzy, umiejętności i kompetencji w zakresie interpretacji zjawisk kulturowo-językowo-komunikacyjnych i ich efektywnego wykorzystania	KWM_K2_K01, KWM_K2_K04	Projekt
K2	Jest gotów/owa do podejmowania działań komunikacyjnych i współtworzenia relacji międzyludzkich w środowisku zawodowym, szczególnie w zakresie dotyczącym komunikowania w zakresie public relations	KWM_K2_K01, KWM_K2_K04	Projekt
K3	Jest gotów/owa do prawidłowego identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu komunikatora wizerunkowo-mediacyjnego z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, kierowania się w pracy zawodowej zasadami etycznymi	KWM_K2_K01, KWM_K2_K03, KWM_K2_K04	Projekt

Treści programowe dla zajęć

Lp.	Treści programowe dla zajęć	Efekty uczenia się dla zajęć	Formy zajęć
1.	Public relations: podstawowe pojęcia i definicje Formy współpracy z mediami	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
2.	Wizerunek jako główny cel PR	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
3.	Ważniejsze instrumenty i metody działań PR	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
4.	Zarządzanie procesem komunikacji w sytuacjach kryzysowych	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
5.	PR w różnych organizacjach	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
6.	Ścieżki kariery w PR	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
7.	Formy współpracy z mediami	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
8.	Media społecznościowe w praktyce public relations	W1, W2, U1, U2, U3, U4	Wykład
9.	Społeczna Odpowiedzialność Biznesu (ang. Corporate Social Responsibility)	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3	Wykład
10.	Ocena procesu PR: omówienie metod i technik badawczych	W1, W2, U1, U2, U3, U4, K1, K2, K3	Wykład

Informacje dodatkowe

Forma zajęć	Metody i formy prowadzenia zajęć
Wykład	Wykład z prezentacją multimedialną wybranych zagadnień, Wykład konwersatoryjny, Dyskusja, Praca z tekstem, Metoda analizy przypadków, Metoda projektu, Demonstracje dźwiękowe i/lub video, Praca w grupach

Forma zajęć	Warunki zaliczenia zajęć
Wykład	<p>Warunki zaliczenia zajęć</p> <ul style="list-style-type: none"> - znajomość zalecanej literatury przedmiotu, - terminowość w zakresie przygotowania projektu - umiejętność zaprezentowania na egzaminie wiedzy nabytej w ramach przedmiotu. <p>Kryteria oceniania wg skali:</p> <p>bardzo dobry (bdb; 5,0): 92%-100%</p> <p>dobry plus (+db; 4,5): 85%-91%</p> <p>dobry (db; 4,0): 76%-84%</p> <p>dostateczny plus (+dst; 3,5): 68%-75%</p> <p>dostateczny (dst; 3,0): 60%-67%</p> <p>niedostateczny (ndst; 2,0): 0%-59%</p> <p>Skala ocen</p> <p>Kryteria oceniania</p> <p>bardzo dobry (bdb; 5,0):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się poziomem wiedzy wskazującym na pełne zrozumienie wszystkich istotnych zagadnień - wnikliwa analiza przedstawionego problemu z odniesieniem do literatury przedmiotu oraz zastosowaniem odpowiedniej terminologii świadcząca o pełnym zrozumieniu zagadnienia i znajomości tematu - samodzielne formułowanie wniosków - pełne poszanowanie praw autorskich <p>dobry plus (+db; 4,5):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się poziomem wiedzy wskazującym na zrozumienie wszystkich istotnych zagadnień z pewnymi błędami lub nieścisłościami - przedstawienie problemu z odniesieniem do literatury przedmiotu oraz zastosowaniem odpowiedniej terminologii świadcząca o zrozumieniu zagadnienia i znajomości tematu - samodzielne formułowanie wniosków - pełne poszanowanie praw autorskich <p>dobry (db; 4,0):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się poziomem wiedzy wskazującym na osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się z pominięciem niektórych mniej istotnych aspektów - przedstawienie problemu z odniesieniem do literatury przedmiotu oraz zastosowaniem odpowiedniej terminologii świadcząca o zrozumieniu zagadnienia i znajomości tematu - niepełne wnioski - poszanowanie praw autorskich z drobnymi niedociągnięciami <p>dostateczny plus (+dst; 3,5):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się poziomem wiedzy wskazującym na niepełną znajomość zagadnień - osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się z pominięciem niektórych istotnych aspektów lub z istotnymi nieścisłościami - niewystarczające odnośniki do literatury przedmiotu - poszanowanie praw autorskich z poważnymi niedociągnięciami <p>dostateczny (dst; 3,0):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się poziomem wiedzy wskazującym na powierzchowną znajomość zagadnień - osiągnięcie przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się z pominięciem niektórych ważnych aspektów lub z poważnymi nieścisłościami - nie zawsze właściwe stosowanie terminologii oraz brak odpowiednich odnośników do literatury - poszanowanie praw autorskich z poważnymi niedociągnięciami <p>niedostateczny (ndst; 2,0):</p> <ul style="list-style-type: none"> - wykazanie się niewystarczającym poziomem wiedzy - brak osiągnięcia przez studenta wszystkich zakładanych efektów uczenia się - brak poszanowania praw autorskich

Literatura

Obowiązkowa

1. Black, S. 1998. Public relations. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC Spółka z o.o.
2. Goban-Klas, T. 1997. Public relations, czyli promocja reputacji. Warszawa: Business Press.
3. Goban-Klas, T. 2021. Media i komunikowanie masowe. Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
4. Tench, R. i Yeomans, L. 2006. Exploring public relations. Harlow: Pearson Education.
5. Theaker, A. 2004. The public relations handbook. London/ New York: Routledge.
6. Wójcik, K. 2001. Public relations od A do Z. Warszawa: Agencja Wydawnicza Placet.

Dodatkowa

1. Batko, A. 2005. Sztuka perswazji czyli język wpływu i manipulacji. Gliwice: Helion
2. Cialdini, R. 1998. Wywieranie wpływu na ludzi: teoria i praktyka. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
3. Drzycimski, A. 1998. Sztuka kształtowania wizerunku. Warszawa: Rzeczpospolita Businessman Book
4. Gregory, A. 1997. Public relations w praktyce. Kraków: Wydawnictwo Profesjonalnej Szkoły Biznesu.
5. Heath, R. (red.). 2005. Encyclopedia of public relations. Thousand Oaks: Sage Publications.
6. Śliwińska, K. 1999. Marketingowe instrumenty komunikowania się firmy z rynkiem. Katowice: Śląska Wyższa Szkoła Zarządzania

Nakład pracy studenta i punkty ECTS

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane rodzaje zajęć
Wykład	30
Czytanie wskazanej literatury	40
Przygotowanie projektu	20
Przygotowanie do egzaminu	28
Inne	2
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 120
Liczba punktów ECTS	ECTS 4

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Efekty uczenia się dla kierunku

Kod	Treść
KWM_K2_K01	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do uczenia się przez całe życie, pogłębiania swojej wiedzy i doskonalenia zdobytych umiejętności kulturowo-językowo-komunikacyjnych
KWM_K2_K03	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do prawidłowego identyfikowania i rozstrzygania dylematów związanych z wykonywaniem zawodu komunikatora wizerunkowo-mediacyjnego z uwzględnieniem zmieniających się potrzeb społecznych, kierowania się w pracy zawodowej zasadami etycznymi
KWM_K2_K04	Absolwent/ka jest gotów/gotowa do przyjęcia postawy otwartości i tolerancji wobec różnorodności kulturowojęzykowo komunikacyjnej, sprawnego i konstruktywnego funkcjonowania w zróżnicowanym otoczeniu kulturowym, popularyzowania wiedzy, pełnienia roli świadomego transkomunikatora
KWM_K2_U01	Absolwent/ka potrafi wyszukiwać, selekcjonować, analizować, oceniać i integrować informacje z wykorzystaniem różnych źródeł oraz formułować na tej podstawie hipotezy i argumenty
KWM_K2_U02	Absolwent/ka potrafi analizować prace innych autorów, syntezować różne poglądy, dobierać metody, opracowywać i prezentować wyniki
KWM_K2_U04	Absolwent/ka potrafi integrować wiedzę z różnych dyscyplin (językoznawstwo, komunikologia, kulturoznawstwo, antropologia) i stosować ją w sytuacjach zawodowych
KWM_K2_U10	Absolwent/ka potrafi formułować i rozwiązywać problemy językoznawcze, ekolingwistyczne, komunikologiczne oraz wykonywać zadania typowe dla działalności zawodowej związanej z kierunkiem studiów
KWM_K2_U11	Absolwent/ka potrafi prawidłowo definiować zakres problemów badawczych oraz istotę zadań do wykonania i odpowiednio określać priorytety służące ich realizacji, współdziałać z innymi i pracować w grupie, kierować zespołem, a także przyjmować w nim inne role
KWM_K2_W01	Absolwent/ka zna i rozumie w pogłębionym stopniu przedmiotową i metodologiczną specyfikę badań nad użyciem komunikacji i wizerunku, przyswajaniem języka, badań nad kontekstami kulturowo-językowo-komunikacyjnymi
KWM_K2_W02	Absolwent/ka zna i rozumie terminologię specjalistyczną z zakresu językoznawstwa i komunikologii na poziomie rozszerzonym i właściwie ją stosuje
KWM_K2_W08	Absolwent/ka zna i rozumie rozwinięte metody analizy, interpretacji, problematyzowania i wartościowania różnorodnych wytworów kultury (twardych i miękkich) i komunikacji (zwłaszcza zasobów językowych) i potrafi je stosować w sytuacjach komunikacji zawodowej celem realizacji założonego zadania