

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Media relations i media coaching
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media Relations and Media Coaching
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
Poziom studiów (I, II, jednolite magisterskie)	II
Forma studiów (stacjonarne, niestacjonarne)	stacjonarne
Dyscyplina	Nauki o komunikacji społecznej i mediach
Język wykładowy	polski

Koordynator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Robert Szwed
---	----------------------

Forma zajęć (<i>katalog zamknięty ze słownika</i>)	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
konwersatorium	15	II	0

Wymagania wstępne	brak
-------------------	------

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

Przekazanie wiedzy na temat współczesnych relacji między organizacjami a mediami.
Kształcenie umiejętności przygotowania i prowadzenia kontaktów z mediami.
Rozwijanie kompetencji autoprezentacyjnych i komunikacyjnych studentów.

III. Efekty uczenia się dla przedmiotu wraz z odniesieniem do efektów kierunkowych

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		
W_01	Student opisuje mechanizmy funkcjonowania współczesnych instytucji medialnych i ich rolę w komunikacji społecznej.	K_W04

UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Przygotowuje się do wystąpień publicznych oraz komunikuje się z przedstawicielami mediów.	K_U07
KOMPETENCJE SPOŁECZNE		
K_01	Krytycznie ocenia własne kompetencje komunikacyjne i je doskonalić.	K_K02

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Relacje z mediami jako element strategii komunikacyjnej</p> <p>Przygotowanie do kontaktów z dziennikarzami i udzielanie wywiadów</p> <p>Media coaching – trening autoprezentacji i wystąpień publicznych</p> <p>Analiza case studies z zakresu komunikacji kryzysowej</p> <p>Rola social mediów w kontaktach z mediami tradycyjnymi</p>
--

V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
WIEDZA			
W_01	Wykład problemowy	Projekt	Arkusze oceny projektu
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Metody aktywizujące	Projekt	Arkusze oceny projektu
UMIEJĘTNOŚCI			
K_01	Metody aktywizujące	Projekt	Arkusze oceny

VI. Kryteria oceny, wagi...

100% ocena za projekt:

- 0 – 50%: niedostateczny
- 51 – 60%: dostateczny
- 61 – 70%: dostateczny plus
- 71 – 80%: dobry
- 81 – 90%: dobry plus
- 91 – 100%: bardzo dobry

VII. Obciążenie pracą studenta

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	15
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	10

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Gawroński, S. (2006). <i>Media relations: współpraca dziennikarzy i specjalistów PR</i> . Rzeszów, Polska: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania
Kozak, R. (2021). <i>Wystąpienia publiczne</i> . Warszawa, Polska: MT Biznes.
Literatura uzupełniająca
Maziarski, M., & Matuszewski, M. (2019). <i>Public relations w praktyce</i> . Warszawa, Polska: CeDeWu.
Rubin, R. (2018). <i>Public Relations. Komunikowanie wizerunku</i> . Warszawa, Polska: Wydawnictwo Naukowe PWN.
Powierża, E. (2018). <i>Retoryka w mediach</i> . Katowice, Polska: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.