

**KARTA PRZEDMIOTU**

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Monitoring mediów i ewaluacja działań PR
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media Monitoring and PR Evaluation
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

Koordinator przedmiotu/osoba odpowiedzialna	Dr hab. Aneta Duda
---	--------------------

Forma zajęć ( <i>katalog zamknięty ze słownika</i> )	Liczba godzin	semestr	Punkty ECTS
ćwiczenia	30	II	0

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

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

Zapoznanie studentów z rolą i narzędziami monitoringu mediów w działalności PR.
Rozwijanie umiejętności analizy i interpretacji danych medialnych na potrzeby ewaluacji kampanii.
Kształtowanie kompetencji w zakresie tworzenia raportów, rekomendacji i wniosków z badań medialnych.

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

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		

W_01	Student definiuje i charakteryzuje podstawowe mechanizmy funkcjonowania współczesnych mediów i ich wpływu na działania PR.	K_W03
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Potrafi analizować i interpretować przekazy medialne w kontekście monitoringu i oceny efektywności kampanii.	K_U04
U_02	Potrafi przygotować raporty i wnioski z badań mediów na potrzeby ewaluacji działań PR.	K_U05

#### IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Rola monitoringu mediów w działaniach PR</p> <p>Narzędzia monitoringu prasy, radia, telewizji i internetu</p> <p>Analiza jakościowa i ilościowa treści medialnych</p> <p>Przygotowywanie raportów i rekomendacji dla klienta</p> <p>Ewaluacja kampanii PR w świetle danych medialnych i badań odbiorców</p>
--

#### V. Metody realizacji i weryfikacji efektów uczenia się

Symbol efektu	Metody dydaktyczne (lista wyboru)	Metody weryfikacji (lista wyboru)	Sposoby dokumentacji (lista wyboru)
<b>WIEDZA</b>			
W_01	Wykład problemowy	Zaliczenie	Arkusze ocen
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01	Metoda projektowa	Projekt	Arkusze oceny projektu
U_02	Metoda projektowa	Projekt	Arkusze oceny projektu

**VI. Kryteria oceny, wagi...**

Średnia ocen z zaliczenia ustengo i projektu praktycznego. Skala ocen:

- 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	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	20

**VIII. Literatura**

Literatura podstawowa
Miotk, A. (2020). <i>Badania w public relations. Wprowadzenie</i> . Warszawa, Polska: Difin. Szuba, P. (2020). Metody i techniki pomiaru efektów działań public relations wykorzystywane w branży public relations. <i>Marketing i Rynek</i> , 35(1), 113–134. <a href="https://doi.org/10.2478/minib-2020-0006">https://doi.org/10.2478/minib-2020-0006</a>
Literatura uzupełniająca Łączyński, M. (2009). <i>Metody badania wizerunku w mediach: czym jest wizerunek i jak należy go badać</i> . Warszawa, Polska: CeDeWu. Gawroński, S. (2006). <i>Media relations. Współpraca dziennikarzy i specjalistów PR</i> . Rzeszów, Polska: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Informatyki i Zarządzania.