

KARTA PRZEDMIOTU

Cykl kształcenia od roku akademickiego 2025/26

I. Dane podstawowe

Nazwa przedmiotu	Techniki i narzędzia PR
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	PR Techniques and Tools
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
konwersatorium	30	II	2

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

II. Cele kształcenia dla przedmiotu

Przekazanie wiedzy na temat podstawowych narzędzi i strategii wykorzystywanych w działaniach public relations.
Kształcenie umiejętności planowania i realizacji działań PR zgodnie z zasadami prawa i etyki zawodowej.
Rozwijanie kompetencji językowych i komunikacyjnych w kontekście profesjonalnych sytuacji PR.

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

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
WIEDZA		

W_01	Student wymienia i charakteryzuje podstawowe zasady prawne i etyczne prowadzenia działań public relations.	K_W06
UMIEJĘTNOŚCI		
U_01	Planuje działania PR i przygotowuje niezbędne materiały komunikacyjne.	K_U03
U_02	Sprawnie komunikuje się w środowisku zawodowym, posługując się terminologią branżową.	K_U06

IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

<p>Podstawy teorii public relations i strategii wizerunkowych</p> <p>Planowanie kampanii PR i dobór narzędzi komunikacyjnych</p> <p>Przygotowanie materiałów prasowych: informacje, oświadczenia, notki</p> <p>Media relations i organizacja wydarzeń dla mediów</p> <p>Etyka i prawo w działaniach PR, odpowiedzialność zawodowa</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	Zaliczenie	Arkusz ocen
UMIEJĘTNOŚCI			
U_01	Metoda projektowa	Projekt	Arkusz oceny projektu
U_02	Praca w grupach	Obserwacja	Arkusz obserwacji

VI. Kryteria oceny, wagi...

Średnia ocen z zaliczenia pisemnego i projektu. 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	30

VIII. Literatura

Literatura podstawowa
Mazurek, G. (2021). <i>E-marketing</i> (wyd. 2021/2022). Warszawa, Polska: Poltext. Tworzydło, D. (2023). <i>Public relations. Praktyka komunikowania 3.0</i> . Warszawa
Literatura uzupełniająca
Miotk, A. (2016). <i>Nowy PR. Jak internet zmienił public relations</i> . Piotrowski, P. (2025). <i>Klucz do public relations</i> . Warszawa