

**KARTA PRZEDMIOTU**

Cykl kształcenia od roku akademickiego: 2025/26

**I. Dane podstawowe**

Nazwa przedmiotu	Obsługa medialna wydarzeń
Nazwa przedmiotu w języku angielskim	Media support for events
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

**II.**

Koordinator przedmiotu	Mgr Marcin Superczyński
------------------------	-------------------------

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

Wymagania wstępne	Brak
-------------------	------

**II. Cele kształcenia dla przedmiotu**

Przygotowanie studentów do profesjonalnego planowania, organizowania i realizacji obsługi medialnej wydarzeń o charakterze społecznym, kulturalnym i promocyjnym.
Rozwijanie praktycznych umiejętności w zakresie współpracy z mediami, redagowania materiałów informacyjnych i promocyjnych oraz zarządzania komunikacją podczas wydarzenia.
Kształtowanie kompetencji pracy zespołowej, umiejętności organizacyjnych i odpowiedzialności za efekty wspólnych działań w procesie realizacji projektów medialnych.

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

Symbol	Opis efektu przedmiotowego	Odniesienie do efektu kierunkowego
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>		
U_01	Student wykorzystuje wiedzę teoretyczną z zakresu komunikacji i mediów do planowania, opracowywania oraz realizacji działań związanych z obsługą medialną wydarzeń.	K_U03
U_02	Student współdziała z innymi osobami przy realizacji zadań z zakresu obsługi medialnej wydarzeń, organizuje i koordynuje pracę zespołu zadaniowego, bierze odpowiedzialność za powierzone zadania.	K_U08

### IV. Opis przedmiotu/ treści programowe

Rola i znaczenie obsługi medialnej wydarzeń – komunikacja z mediami, wizerunek instytucji i wydarzenia.

Planowanie obsługi medialnej – przygotowanie strategii komunikacji, harmonogramu i narzędzi promocyjnych.

Tworzenie materiałów dla mediów – komunikaty prasowe, zaproszenia, relacje, media pack.

Kontakty z dziennikarzami – konferencje prasowe, briefingi, zasady komunikacji interpersonalnej.

Zarządzanie komunikacją w trakcie wydarzenia – monitoring mediów, reagowanie na problemy, komunikacja kryzysowa.

Ewaluacja działań medialnych – analiza efektów, raport z realizacji, ocena skuteczności przekazu.

Warsztaty praktyczne – opracowanie i realizacja projektu obsługi medialnej wybranego wydarzenia (w grupach).

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

Symbol efektu	Metody dydaktyczne <i>(lista wyboru)</i>	Metody weryfikacji <i>(lista wyboru)</i>	Sposoby dokumentacji <i>(lista wyboru)</i>
<b>UMIEJĘTNOŚCI</b>			
U_01	Metoda projektowa	Projekt	Arkusze oceny projektu
U_02	Metoda projektowa	Projekt	Arkusze oceny projektu

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

100% ocena za projekt

**0 – 50 % ocena niedostateczna**

**51 – 60 % ocena dostateczna**

**61 – 70 % ocena dostateczna plus**

**71 – 80 % ocena dobra**

**81 – 90 % ocena dobra plus**

**91 – 100% ocena bardzo dobra**

**VII. Obciążenie pracą studenta**

Forma aktywności studenta	Liczba godzin
Liczba godzin kontaktowych z nauczycielem	30
Liczba godzin indywidualnej pracy studenta	30

VIII.

**VIII. Literatura**

Literatura podstawowa
D. Tworzydło, Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju, Rzeszów: WSiIZ, 2017. B. Rozwadowska, Public relations. Teoria, praktyka, perspektywy, Warszawa: PWN, 2018. A. Miotk, Skuteczne social media w komunikacji i promocji, Warszawa: PWN, 2021.
Literatura uzupełniająca