

|    |                           |                            |
|----|---------------------------|----------------------------|
| 1. | <b>Nazwa kierunku</b>     | <b>kultury mediów</b>      |
| 2. | Cykl rozpoczęcia          | 2015/2016 (semestr zimowy) |
| 3. | Poziom kształcenia        | studia drugiego stopnia    |
| 4. | Profil kształcenia        | ogólnoakademicki           |
| 5. | Forma prowadzenia studiów | stacjonarna                |

**Moduł kształcenia:** Public Relations

**Kod modułu:** 02-MO2S-14-25K

**1. Liczba punktów ECTS:** 3

| <b>2. Zakładane efekty kształcenia modułu</b> |   |                                    |                                       |
|---|---|------------------------------------|---------------------------------------|
| <b>kod</b>                                    | <b>opis</b>   | <b>efekty kształcenia kierunku</b> | <b>stopień realizacji (skala 1-5)</b> |
| 25K_K02                                       | bierze efektywny udział w dyskusji, potrafi umiejętnie argumentować na rzecz przyjętego stanowiska, pracuje w zespole   | 02-MO2SN-14_K02                    | 5                                     |
| 25K_K04                                       | prawidłowo identyfikuje i rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem zawodu, w tym dostrzega i analizuje konteksty niezbędne do interpretacji zachowań w sferze Public Relations   | 02-MO2SN-14_K04                    | 5                                     |
| 25K_U02                                       | posiada pogłębione umiejętności badawcze obejmujące różne formy Public Relations w komunikacji społecznej; dobiera metody i narzędzia do określonej formy badania komunikacji masowej, interpersonalnej, politycznej, publicznej, prywatnej i międzykulturowej; opracowuje i prezentuje wyniki badań  | 02-MO2SN-14_U02                    | 5                                     |
| 25K_U05                                       | analizuje zastosowanie komunikacji niewerbalnej w wystąpieniach politycznych, publicznych i prywatnych z obszaru Public Relations, stosując oryginalne podejścia, uwzględniające nowe osiągnięcia humanistyki   | 02-MO2SN-14_U05                    | 5                                     |
| 25K_W03                                       | ma uporządkowaną, pogłębioną wiedzę, obejmująca terminologie i teorie z zakresu Public Relations  | 02-MO2SN-14_W03                    | 5                                     |
| 25K_W06                                       | ma wiedzę z zakresu zmian zachodzących w procesach komunikacji społecznej i skutków zmian zachowań komunikacyjnych dla Public Relations   | 02-MO2SN-14_W06                    | 5                                     |
| 25K_W07                                       | zna i rozumie zaawansowane metody analizy i interpretacji zagadnień z zakresu komunikacji masowej i interpersonalnej, komunikacji międzykulturowej, komunikowania politycznego, komunikowania publicznego i prywatnego (wybrane zagadnienia); zna systemy i podsystemy komunikacji niewerbalnej i potrafi je analizować w zachowaniach komunikacyjnych z obszaru Public Relations | 02-MO2SN-14_W07                    | 5                                     |
| 25K_W11                                       | ma pogłębioną wiedzę o procesach zmian komunikacyjnych związanych z wybranymi strukturami, instytucjami i więziami społecznymi; ma świadomość ich korelacji z rozwojem technologii i systemów medialnych; zna rządzące tymi zmianami prawidłowości;   | 02-MO2SN-14_W11                    | 5                                     |

### 3. Opis modułu

|                          |   |
|--------------------------|---|
| <b>Opis</b>              | Moduł Public Relations zapoznaje studenta z podstawami Public Relations: podstawowymi pojęciami z zakresu PR, filozofią PR i jej funkcjami, oraz psychospołecznymi podstawami PR. Student analizuje różne techniki wywierania wpływu. Zapoznaje się z praktyką teorii perswazji i teorii postaw oraz procesami kształtowania opinii publicznej. Poznaje działania PR w instytucjach publicznych i organizacjach pozarządowych oraz zasady etyczne w działalności public relations. Uczy się organizacji działu PR i biura prasowego w firmie. |
| <b>Wymagania wstępne</b> | Znajomość podstawowych zjawisk kulturowych i komunikacyjnych oraz związanych z nimi pojęć.  |

### 4. Sposoby weryfikacji efektów kształcenia modułu

| kod             | nazwa (typ)             | opis   | efekty kształcenia modułu                                     |
|-----------------|-------------------------|--|---|
| 02-MO2SN-14-w_h | sprawozdanie z lektury  | weryfikacja przyswojonego materiału i umiejętności czytania tekstu naukowego ze zrozumieniem | 25K_K04, 25K_U02, 25K_U05, 25K_W03, 25K_W06, 25K_W07          |
| 02-MO2SN-14-w_o | obserwacja weryfikująca | ocena postaw i kompetencji   | 25K_K02, 25K_K04, 25K_U02                                     |
| 02-MO2SN-14-w_r | projekt                 | weryfikacja wiedzy i praktycznych umiejętności   | 25K_K02, 25K_K04, 25K_U02, 25K_W03, 25K_W06, 25K_W07, 25K_W11 |

### 5. Rodzaje prowadzonych zajęć

| kod         | rodzaj prowadzonych zajęć |  |               | praca własna studenta  |               | sposoby weryfikacji efektów kształcenia           |
|-------------|---------------------------|--|---------------|--|---------------|---|
|             | nazwa                     | opis (z uwzględnieniem metod dydaktycznych)  | liczba godzin | opis   | liczba godzin |   |
| 02-MO2S-f_l | laboratorium              | Praca z tekstami teoretycznymi, praca analityczno-interpretacyjna nad omawianymi lekturami poświęconymi problematyce Public Relations, praca nad projektem (konsultacje i prezentacja) | 30            | Praca ze wskazaną literaturą przedmiotu, samodzielne przyswojenie wiedzy z zakresu wskazanych zagadnień podstawowych, własna praca analityczna przy przygotowywaniu projektu | 50            | 02-MO2SN-14-w_h, 02-MO2SN-14-w_o, 02-MO2SN-14-w_r |