

KARTA PRZEDMIOTU

I. OGÓLNE INFORMACJE O PRZEDMIOCIE							
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH							
Kierunek studiów:		Filologia					
Specjalność:		Filologia angielska					
Profil studiów:		Praktyczny					
Forma studiów:		Stacjonarne					
Nazwa przedmiotu:		Język angielski w public relations					
Język wykładowy:		Język angielski					
Kod przedmiotu kształcenia:		FA_KSB_06					
Poziom studiów (I lub II stopień)	I stopień	Formy prowadzenia zajęć i liczba godzin w planie studiów:					
Rok studiów:	III						
Semestr:	5	Wykład	Ćwiczenia	Seminarium	Laboratorium	Zajęcia praktyczne	Praktyka zawodowa
Liczba punktów ECTS:	2	-	-	-	-	16	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę					
Wymagania wstępne w zakresie wiedzy oraz umiejętności:		Student wybrał PNJA jako główny moduł językowy oraz posiada wiedzę i umiejętności z zakresu semestrów I-IV.					
II. CELE KSZTAŁCENIA							
Cele kształcenia:							
Cel 1: Przekazanie studentom wiedzy związanej z organizacją działań public relations w przedsiębiorstwie. Cel 2: Ukazanie specyfiki PR oraz różnic PR w stosunku do innych działań marketingowych. Cel 3: Systematyczne wzbogacanie słownictwa specjalistycznego z dziedziny public relations na podstawie materiałów dostosowanych do poziomu kompetencji językowej studentów, w tym i materiałów autentycznych, aż do osiągnięcia poziomu C1.							
III. PRZEDMIOTOWE EFEKTY KSZTAŁCENIA WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW							
Efekt	Student, który zaliczył przedmiot w zakresie:				Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji	
wiedzy:							
W01	ma uporządkowaną wiedzę szczegółową w wybranym obszarze językowym: zna zasady użycia współczesnego języka angielskiego w biznesie.				K_W08	kolokwium zadania praktyczne, projekty grupowe	
umiejętności:							

U01	w wybranym obszarze językowym: poprawnie wykorzystuje język do komunikowania się w różnych sytuacjach.	K_U06	kolokwium zadania praktyczne, projekty grupowe
U02	posiada umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych w języku obcym, w tym prac związanych z użyciem języka specjalistycznego, z wykorzystaniem podstawowych ujęć teoretycznych, a także różnych źródeł	K_U19	kolokwium projekty grupowe
U03	ma zbliżoną do rodzimej znajomość języka angielskiego na poziomie biegłości C1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego oraz posiada znajomość drugiego języka obcego na poziomie ci najmniej B1 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia.	K_U20	zadania praktyczne, projekt grupowy
kompetencji społecznych:			
K01	potrafi efektywnie organizować własną pracę, współdziałać w grupie, przyjmując w niej różne role.	K_K02	rozmowy ze studentami dot. efektywnego organizowania własnej pracy, współdziałania w grupie
IV. TREŚCI KSZTAŁCENIA			
Treści kształcenia (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)			
Zajęcia praktyczne:			
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin	
ZP1	Znaczenie PR w działaniu organizacji, PR a reklama, PR a działania marketingowe.	2	
ZP2	Narzędzia PR i jego funkcje.	2	
ZP3	Kampanie PR: cele, cechy i zasady prowadzenia kampanii, etapy kampanii PR, ocena rezultatów.	2	
ZP4	Relacje z mediami - umiejętność organizacji relacji z mediami; skandale medialne a komunikacja kryzysowa. Prezentacje multimedialne – projekty grupowe.	3	
ZP5	Cechy rzecznika prasowego, rodzaje materiałów prasowych, zasady tworzenia komunikatu prasowego. Współpraca z radiem i TV, organizacja i prowadzenie konferencji prasowych.	2	
ZP6	Etyczne aspekty public relations oraz społeczna odpowiedzialność biznesu (CSR). Prezentacje multimedialne – projekty grupowe.	4	
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE			

1. Metody kształcenia: metoda problemowa, sytuacyjna, burza mózgów, ćwiczeniowa oparta na wykorzystaniu różnych źródeł wiedzy, metoda projektu, studium przypadku, dyskusja, praca indywidualna, w parach, w grupach.

2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: prezentacje multimedialne, film, fotografie, materiały archiwalne, teksty źródłowe, dokumenty, roczniki statystyczne, mapy, Internet, słowniki specjalistyczne, rzutniki multimedialne.

VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA PRZEDMIOTU

Forma zaliczenia przedmiotu. Kryteria oceny formującej:

1. Pisemny test wiedzy – kryteria oceny:

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

2. Ustny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny:

- **5,0 (bardzo dobry)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; wnikliwe omówienie zagadnienia; brak błędów językowych; brak błędów w kompozycji;
- **4,5 (dobry plus)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; pełne omówienie zagadnienia; brak błędów językowych; brak błędów w kompozycji;
- **4,0 (dobry)** – skomponowanie i artykulacja samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o pełnym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; pełne omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **3,5 (dostateczny plus)** – podjęcie próby skomponowania i artykulacji samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o co najmniej częściowym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; całościowe, choć powierzchowne omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **3,0 (dostateczny)** – podjęcie próby skomponowania i artykulacji samodzielnej wypowiedzi na zadany temat w sposób świadczący o co najmniej częściowym zrozumieniu pytania i znajomości tematu; częściowe omówienie zagadnienia; drobne błędy językowe; drobne błędy w kompozycji;
- **2,0 (niedostateczny)** – niespełnienie kryteriów właściwych dla oceny: dostateczny (3,0).

3. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- realizacji zadań przygotowanych w ramach ćwiczeń,
- zaangażowania w pracę grupy,
- zachowań i aktywności w trakcie wykładów i ćwiczeń,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Kryteria oceny podsumowującej:

średnia ocen formujących

Koordinator przedmiotu:

mgr Joanna Czarnecka

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	15
Udział w zajęciach praktycznych	14
Udział w kolokwium zaliczeniowym	1
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	35
Przygotowanie do zajęć	10
Kwerenda internetowa	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej	10
Łączna liczba godzin	50
Punkty ECTS za przedmiot	2

VIII. LITERATURA PRZEDMIOTU

Literatura podstawowa:

- 1.Ćwiklińska, J. (2005). *Public Relations Practice in English*. Warszawa: Szkoła Główna Handlowa.
- 2.McLisky, M. (2012). *English for Public Relations in Higher Education Studies*. Reading: Garnet Publishing Ltd.
- 3.MacKenzie, I. (2019). *English for Business Studies: A Course for Business Studies and Economics Students*. Cambridge: CUP

Literatura uzupełniająca:

- 1.Rozwadowska, B. (2002). *Public Relations, Teoria, Praktyka, Perspektywy*. Warszawa: Wydawnictwo Studio Emka.
- 2.Black, S. (1998). *Public Relations*. Warszawa: Dom Wydawniczy ABC.
- 3.Podraza, U. (2009). *Kryzysowe Public Relations*. Difin. Warszawa: Difin.
- 4.Pluta, E. (2001). *Public Relations - moda czy konieczność?: teoria i praktyka*. Warszawa: Twigger.
5. Materiały własne.