

KARTA MODUŁU

I. OGÓLNE INFORMACJE O MODULE						
PAŃSTWOWA WYŻSZA SZKOŁA ZAWODOWA IM. WITELONA W LEGNICY WYDZIAŁ NAUK SPOŁECZNYCH I HUMANISTYCZNYCH						
Kierunek studiów:		Menedżer administracji publicznej				
Poziom studiów:		drugiego stopnia				
Profil studiów:		praktyczny				
Forma studiów:		stacjonarne/niestacjonarne				
Nazwa modułu:		Komunikacja i public relations w administracji				
Rodzaj modułu:		obowiązkowy				
Język wykładowy:		język polski				
Rok studiów:	1	Formy prowadzenia zajęć wraz z liczbą godzin dydaktycznych:				
Semestr:	2	Wykład	Ćwiczenia	Seminarium	Warsztaty	Praktyki zawodowe
Liczba punktów ECTS:	3	20/12	-	-	30/18	-
Forma zaliczenia:		Zaliczenie na ocenę.				
Wymagania wstępne:		Podstawowa wiedza z zakresu komunikowania społecznego				
II. CELE KSZTAŁCENIA						
Cele kształcenia:						
Cel 1: Zapoznanie z uwarunkowaniami procesu komunikacji, sposobami komunikowania się oraz możliwościami wykorzystania ich w pracy zawodowej.						
Cel 2: Dostarczenie podstawowej wiedzy na temat istoty i funkcji public relations w realizacji zadań administracji, a także nabycie umiejętności posługiwania się narzędziami i technikami public relations.						
Cel 3: Doskonalenie kompetencji komunikacyjnych, świadomość wykorzystania działań PR w administracji.						
III. EFEKTY UCZENIA SIĘ WRAZ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW KIERUNKOWYCH ORAZ METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW						
Efekt	Student, który zaliczył moduł w zakresie:			Odniesienie do efektów kierunkowych	Metody weryfikacji	
wiedzy:						
W01	w pogłębionym stopniu zna i rozumie prawne, organizacyjne uwarunkowania funkcjonowania instytucji publicznych i podmiotów gospodarczych, w szczególności w zakresie komunikacji i public relations.			K2MAP_W09	pisemny sprawdzian wiedzy, udział w dyskusji	
umiejętności:						
U01	potrafi komunikować się na tematy specjalistyczne z różnymi kręgami odbiorców, przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych			K2MAP_U07	aktywność na zajęciach, przygotowanie prezentacji	
U02	potrafi samodzielnie prowadzić i brać udział w debacie, argumentując swoje stanowisko z wykorzystaniem zdobytej wiedzy, a także podejmować wiodącą rolę w debacie.			K2MAP_U08	aktywność na zajęciach, ocena realizacji zadań w ramach warsztatów	
kompetencji społecznych:						
K01	jest gotów do odpowiedzialnego pełnienia roli zawodowej, poprzez: wypełnianie zobowiązań społecznych, inspirowania innych do myślenia i działania w sposób kreatywny i innowacyjny, przestrzegania etyki zawodowej i podtrzymywanie etosu zawodu związanego z kierunkiem studiów.			K2MAP_K02	obserwacja postaw studenta	

IV. TREŚCI PROGRAMOWE		
Treści programowe (tematyka zajęć, zaprezentowana z podziałem na poszczególne formy zajęć z określeniem liczby godzin potrzebnych na ich realizację)		
Wykłady:		
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
W1	Proces komunikowania i jego elementy. Znaczenie i funkcje komunikowania.	2/1
W2	Istota public relations (PR). Definicje i cele public relations. Podstawowe modele PR.	2/1
W3	Podstawowe instrumenty działań PR (media relations, system informacji, mecenat i sponsoring, lobbying).	2/1
W4	Wizerunek jako przedmiot oddziaływania public relations.	2/1
W5	Planowanie, organizacja i realizacja działań PR.	2/1
W6	Public relations wewnętrzne. System komunikacji wewnętrznej. Wybrane narzędzia komunikacji wewnętrznej.	2/1
W7	Zarządzanie systemem identyfikacji. Elementy systemu identyfikacji wizualnej.	2/2
W8	Kształtowanie kontaktów z mediami. Charakterystyka mediów. Formy współpracy z dziennikarzami.	2/2
W9-W10	PR kryzysowe. Zarządzanie sytuacją kryzysową.	4/2
Warsztaty:		
Kod	Tematyka zajęć	Liczba godzin S/N
WT1	Komunikacja interpersonalna – istota skutecznego komunikowania.	2/2
WT2	Specyfika komunikowania się instytucji publicznej z otoczeniem. Cele działań public relations w administracji. Funkcje działań. Odbiorcy działań.	2/2
WT3	Wizerunek instytucji publicznej. Misja i wizja w procesie kształtowania wizerunku.	2/2
WT4-WT5	Kultura obsługi w administracji jako instrument kształtowania jej wizerunku.	4/2
WT6-WT7	Media relations. Wywiad radiowy, telewizyjny. Briefing i konferencja prasowa.	4/2
WT8-WT9	PR w Internecie (poczta elektroniczna, elektroniczne biuletyny, fora internetowe oraz grupy dyskusyjne w procesie ePR, witryna WWW).	4/2
WT10-WT11	Strategie działań public relations. Podstawy prawne działań public relations. Normy etyczne.	4/2
WT12-WT13	Ocena skuteczności public relations.	4/2
WT14-WT15	Autoprezentacja i wystąpienia publiczne.	4/2
V. METODY KSZTAŁCENIA, NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE		
1. Metody kształcenia: wykład konwersatoryjny, dyskusja, metoda sytuacyjna, studium przypadku. 2. Narzędzia (środki) dydaktyczne: rzutnik multimedialny, prezentacje multimedialne, Internet.		
VI. FORMA I KRYTERIA ZALICZENIA MODUŁU		

Forma zaliczenia modułu.**Kryteria oceny formującej:**

1. Pisemny sprawdzian wiedzy – kryteria oceny:

- 51% - 60% - ocena dostateczna,
- 61% - 70% - ocena dostateczna plus,
- 71% - 80% - ocena dobra,
- 81% - 90% - ocena dobra plus,
- 91% - 100% - ocena bardzo dobra.

2. Przygotowanie prezentacji – kryteria oceny:

- **3,0 (dostateczny)** – przygotowanie i zaprezentowanie prezentacji,
- **3,5 (dostateczny plus)** – przygotowanie i zaprezentowanie prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej,
- **4,0 (dobry)** – przygotowanie i zaprezentowanie prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych,
- **4,5 (dobry plus)** – przygotowanie i zaprezentowanie prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania,
- **5,0 (bardzo dobry)** – przygotowanie i zaprezentowanie prezentacji oraz znajomość literatury źródłowej, umiejętność analizy i syntezy treści źródłowych, poprawność wnioskowania, pomysłowość proponowanych rozwiązań.

3. Obserwacja i ocena postaw studenta wynikających z:

- realizacji zadań przygotowanych w ramach warsztatów,
- zachowań i aktywności w trakcie zajęć,
- prowadzenia merytorycznej dyskusji,
- potrzeby ciągłego rozwoju osobistego i zawodowego.

Kryteria oceny podsumowującej:

- średnia ocen formujących.

VII. BILANS PUNKTÓW ECTS - NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
Liczba godzin realizowanych przy bezpośrednim udziale nauczyciela (godziny kontaktowe)	50/30
Udział w wykładach	20/12
Udział w warsztatach	30/18
Samodzielna praca studenta (godziny niekontaktowe)	25/45
Przygotowanie do zajęć, w tym studiowanie zalecanej literatury	14/15
Przygotowanie prezentacji	5/15
Przygotowanie do kolokwium zaliczeniowego	6/15
Łączna liczba godzin	75
Punkty ECTS za moduł	3

VIII. ZALECANA LITERATURA**Literatura podstawowa:**

1. Flis J., *Samorządowe public relations*, Wydawnictwo Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 2007.
2. Knecht Z., *Public relations w administracji publicznej*, Wydawnictwo C.H. Beck, Warszawa 2006.
3. Kulpa D., Cisowska A., Kocemba E., *Kreowanie wizerunku współczesnego samorządowca*, Wydawca: Związek Powiatów Polskich, Warszawa 2018.
4. Rozwadowska B., *Public relations. Teoria. Praktyka. Perspektywy*, Wydawnictwo EMKA, Warszawa 2009.

Literatura uzupełniająca:

1. Giedroń K., *Public relations w administracji*, Wydawnictwa Profesjonalne ALPHA, Ostrołęka 2004.
2. Murdoch A., *Prezentacje i wystąpienia w public relations*, Wydawnictwo Poltext, Warszawa 2004.
3. Olędzki J., Tworzydło D. (red.), *Public relations. Znaczenie społeczne i kierunki rozwoju*, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa 2007.
4. Wojcik K., *Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem*, Wydawnictwo Wolters Kluwer, Warszawa 2015.