Uniwersytet Gdański

Karta przedmiotu

Nazwa i kod przedmiotu	Metodyka tworzenia tekstów i materiałów PR (Ćw. audytoryjne), PG_00152580		
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (P)		
Data rozpoczęcia studiów	październik 2025 r.	Rok akademicki realizacji przedmiotu	2026/2027
Poziom kształcenia	II stopnia	Grupa zajęć	Grupa zajęć obowiązkowych z zakresu kierunku studiów Grupa zajęć fakultatywnych Grupa zajęć specjalnościowych Grupa zajęć powiązanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym - profil praktyczny
Forma studiów	stacjonarne	Sposób realizacji	na uczelni
Rok studiów	2	Język wykładowy	polski
Semestr studiów	3	Liczba punktów ECTS	2.0
Profil kształcenia	praktyczny	Forma zaliczenia	zaliczenie
Jednostka prowadząca	Rektor -> Wydział Nauk Społecznych -> Instytut Mediów, Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej -> Zakład Komunikacji Społecznej i Kulturowej		
Imię i nazwisko wykładowcy (wykładowców)	Odpowiedzialny za przedmiot	mgr Adam Majchrzak	
	Prowadzący zajęcia z przedmiotu		

Formy zajęć							
	Forma zajęć	Wykład	Ćwiczenia	Laboratorium	Projekt	Seminarium	RAZEM
	Liczba godzin zajęć	0.0	15.0	0.0	0.0	0.0	15
	W tym liczba godzin zajęć na odległość: 0.0						

Aktywność studenta i liczba godzin pracy					
	Aktywność studenta	Udział w zajęciach dydaktycznych, objętych planem studiów	Udział w konsultacjach	Praca własna studenta	RAZEM
	Liczba godzin pracy studenta	15	2.0	43.0	60

Cel przedmiotu	
	Celem przedmiotu jest zapoznanie studentów z rodzajami komunikatów PR, ich miejscem i możliwościami wykorzystywania w kampaniach PR oraz sytuacjach promocyjnych. Pokazanie sposobów tworzenia skutecznych tekstów i materiałów PR, które mają służyć pozytywnemu budowaniu wizerunku organizacji w perspektywie celów bieżących i długoterminowych. Pokazanie różnic w sposobach przygotowywania i możliwościach wykorzystywania komunikatów i materiałów PR w przestrzeni mediów tradycyjnych oraz mediów internetowych.

Efekty uczenia się przedmiotu	Efekt kierunkowy	Efekt z przedmiotu	Sposób weryfikacji i oceny efektu
	[DZiKSMU2_K04] Potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy.	Student zna zasady przedsiębiorczości i wykorzystuje je w praktyce w odniesieniu do działań PR.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_U05] Posiada umiejętność integrowania wiedzy w zakresie komunikacji społecznej i mediów, a także jej zastosowania w sytuacjach profesjonalnych oraz oceny ryzyka i możliwych konsekwencji podejmowanych przedsięwzięć zawodowych	Student ma wiedzę w zakresie komunikacji, wie, jak tworzyć je w sposób profesjonalny i zna możliwe ryzyka oraz zagrożenia związane z publikacją materiałów PR lub podejmowania przedsięwzięć w obszarze PR.	[SU3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[DZiKSMU2_W07] Ma rozszerzoną wiedzę na temat zasad i metod tworzenia przekazów właściwych dla kierunku studiów. Ma świadomość funkcji i efektywności komunikatów oraz zasad etyki zawodowej w ramach prowadzonej działalności.	Student zna zasady i metody tworzenia przekazów PR.	[SW3] opracowanie tekstowe/ praca pisemna
	[DZiKSMU2_U07] Potrafi przygotować obszerne przekazy ustne, pisemne i wizualne. Wykorzystuje specjalistyczną dla dyscypliny terminologię w oparciu o samodzielnie wyszukane, przeanalizowane, ocenione i wyselekcjonowane źródła informacji uwzględniając dorobek nauk o komunikacji społecznej i mediach oraz innych dyscyplin naukowych.	Student wie, jak przygotować materiały PR z wykorzystaniem wiedzy charakterystycznej dla dyscypliny naukowej.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSMU2_W05] Ma pogłębioną i uporządkowaną wiedzę na temat działania instytucji medialnych i działów komunikacji społecznej oraz rozumie związane z ich funkcjonowaniem cele i problemy.	Student ma wiedzę na temat działania PR w odniesieniu do pracy instytucji medialnych i działów odpowiedzialnych za realizację zadań właściwych dla public relations.	[SW5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_U10] Potrafi współdziałać i pracować w grupie, wyznaczać oraz realizować wspólne cele, przyjmować w zespole różne role, w tym kierownicze.	Student jest zdolny do pracy w grupie, obejmowania różnych roli i realizacji zadań w odniesieniu do działań charakterystycznych dla public relations.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych
	[DZiKSMU2_K03] Potrafi odpowiedzialnie wykonywać powierzone zadania, wywiązuje się z zobowiązań pracy w zespole, inicjuje i prowadzi współpracę z otoczeniem społecznym.	Student potrafi realizować zadania w zespole, wie, jak dzielić się pracą i inicjować nowe rozwiązania.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_K06] Jest gotów przestrzegać zasad etyki zawodowej związanej z pracą własną i innych.	Student zna zasady etyki zawodowej w obszarze PR i wie, jak ich przestrzegać.	[SK5] realizacja zadania problemowego
	[DZiKSMU2_U04] Potrafi samodzielnie identyfikować i rozwiązywać problemy charakterystyczne dla działalności medialnej i okołomedialnej, dobierać środki i metody pracy adekwatne do prawidłowego wykonania zadań zawodowych.	Student potrafi identyfikować problemy i proponować rozwiązania związane z problemami w pracy w obszarze PR.	[SU6] demonstracja umiejętności praktycznych

Treści przedmiotu	• wprowadzenie • ogólne zagadnienia związane z PR-em, • typologia tekstów i materiałów PR, • miejsce tekstów i materiałów PR w kampaniach PR-owych, • etyka w pracy PR-owca, • media relations w tradycyjnych i nowych mediach, • teksty i materiały PR w mediach tradycyjnych, • teksty i materiały e-PR w Internecie i mediach społecznościowych, • storytelling opowiadanie historii, • najczęściej popełniane błędy w tekstach i materiałach PR, • creative writing, • wybrane zagadnienia z języka perswazji, • poprawność językowa w tekstach i materiałach PR

<table>
<tr><td>Wymagania wstępne i dodatkowe</td><td colspan="2">Podstawowa znajomość zagadnień z zakresu public relations i copywritingu.</td></tr>
<tr><td>Sposoby i kryteria oceniania osiąganych efektów uczenia się</td><td colspan="2"><table>
<tr><th>Sposób oceniania (składowe)</th><th>Próg zaliczeniowy</th><th>Składowa oceny końcowej</th></tr>
<tr><td>praca zaliczeniowa</td><td>0.0%</td><td>80.0%</td></tr>
<tr><td>aktywność</td><td>0.0%</td><td>20.0%</td></tr>
</table></td></tr>
<tr><td rowspan="3">Zalecana lista lektur</td><td>Podstawowa lista lektur</td><td>1. Wojcik K., Public Relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2015.

2. Dąbała J., Tajemnica i suspens: wokół głównych problemów creative writing, Lublin 2004.

3. Fog K., Budtz Ch., Munch P., Blanchette S., Storytelling : narracja w reklamie i biznesie, przeł, J. Wasilewski, B. Brach, Warszawa 2011.

4. Tworzydło D., Public relations praktycznie, Rzeszów 2017.

5. http://www.proto.pl/

6. http://www.mediafun.pl/

7. http://pijarukoksu.pl/

8. http://www.prnewsonline.com/</td></tr>
<tr><td>Uzupełniająca lista lektur</td><td>1. Davis A., Public Relations, przeł. G. Dąbkowski, Warszawa 2007.

2. Miotk A., Nowy PR: jak internet zmienił public relations, Lublin 2016.</td></tr>
<tr><td>Adresy eZasobów</td><td></td></tr>
<tr><td>Przykładowe zagadnienia/ przykładowe pytania/ realizowane zadania</td><td colspan="2"></td></tr>
<tr><td>Praktyki zawodowe w ramach przedmiotu</td><td colspan="2">Nie dotyczy</td></tr>
</table>

Dokument wygenerowany elektronicznie. Nie wymaga pieczęci ani podpisu.