

Rok akademicki:	Grupa przedmiotów	Numer katalogowy:			LOP401
Nazwa przedmiotu ¹⁾ :	Media relations			ECTS ²⁾	3
Tłumaczenie nazwy na jęz. angielski ³⁾ :	Media relations				
Kierunek studiów ⁴⁾ :	Logistyka				
Koordynator przedmiotu ⁵⁾ :	dr inż. Agnieszka Werenowska				
Prowadzący zajęcia ⁶⁾ :	dr inż. Ewa Jaska				
Jednostka realizująca ⁷⁾ :	Katedra Ekonomiki Edukacji, Komunikowania i Doradztwa				
Wydział, dla którego przedmiot jest realizowany ⁸⁾ :	Wydział Nauk Ekonomicznych				
Status przedmiotu ⁹⁾ :	a) przedmiot	b) stopień	c) rok	d) forma studiów	
	SW	2	2	stacjonarne / niestacjonarne	
Cykl dydaktyczny ¹⁰⁾ :	a) semestr		b) Jęz. wykładowy ¹¹⁾		
	4		polski		
Założenia i cele przedmiotu ¹²⁾ :	Celem przedmiotu jest: przedstawienie istoty komunikacji z mediami zaprezentowanie zasad organizacji wydarzeń medialnych kształtowanie umiejętności wypowiedzi do mediów poznanie zasad współpracy z dziennikarzem				
Formy dydaktyczne, liczba godzin ¹³⁾ :	a) forma dydaktyczna		b) liczba godzin (stacjonarne i niestacjonarne)		
	a1) wykład		20	12	
	a2) ćwiczenia audytorijne		10	6	
	a3) ćwiczenia laboratoryjne				
Metody dydaktyczne ¹⁴⁾ :	dyskusja	T	eksperyment		
	projekt badawczy		studium przypadku		
	rozwiązywanie problemu		gry symulacyjne		
	analiza i interpretacja tekstów źródłowych		indywidualne projekty studenckie		
	konsultacje	T	analiza materiału filmowego		T
	inne...		praca indywidualna i w grupach		T
	inne...		inne ...		
Pełny opis przedmiotu ¹⁵⁾ :	A. wykłady Istota komunikacji z mediami. Typologia mediów masowych - różnicowanie mediów (specyfika przekazów telewizyjnych, radiowych, prasowych i internetowych). Charakterystyka podstawowych narzędzi wykorzystywanych w budowaniu relacji z mediami. Systematyka źródeł informacji dziennikarskiej. Organizacja wydarzeń medialnych. Monitoring mediów. Relacje specjalisty ds. public relations z dziennikarzem. Elementy strategii media relations. Znaczenie media relations w kształtowaniu wizerunku przedsiębiorstwa.				
	B. ćwiczenia Zachowanie przed kamerą i mikrofonem. Wypowiedzi do kamery. "Setka" do kamery. Przygotowanie oświadczeń prasowych i innych materiałów prasowych. Organizacja konferencji prasowej.				
Wymagania formalne (przedmioty wprowadzające) ¹⁶⁾ :	brak				
Założenia wstępne ¹⁷⁾ :	brak				

Efekty kształcenia ¹⁸⁾ : (z kolejnymi numerami, 01, 02, 03 itd.)	01 - rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikacji z mediami		05 - potrafi przygotować materiały prasowe	
	02 - zna systematkę źródeł informacji dziennikarskiej		06 -	
	03 - poznaje zasady organizacji wydarzeń medialnych		07 -	
	04 - rozwija umijetność wypowiedzi przed kamerą i mikrofonem		08 -	
Sposób weryfikacji efektów kształcenia ¹⁹⁾ :	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonanie zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	4,5	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test komputerowy	
	egzamin ustny		inne..	
	zaliczenie pisemne	1,2,3	inne..	
Forma dokumentacji osiągniętych efektów kształcenia ²⁰⁾ :	okresowe prace pisemne		imiennie karty oceny studenta	4,5
	złożone projekty		treść pytań egzaminacyjnych z oceną	
	złożone prace pisemne	1,2,3	inne..	
	inne...		inne..	
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową ²¹⁾ :	Element oceny	Waga w %	Element oceny	Waga w %
	kolokwium na zajęciach ćwiczeniowych		ocena wykonania zadania projektowego na zdefiniowany temat	
	praca pisemna przygotowywana w ramach pracy własnej studenta		ocena wynikająca z obserwacji w trakcie zajęć	
	ocena eksperymentów wykonywanych w trakcie zajęć		przygotowanie zespołowej analizy zdefiniowanego problemu	
	ocena wystąpień i prezentacji w trakcie zajęć	50%	obserwacja w trakcie dyskusji zdefiniowanego problemu (aktywność)	
	egzamin pisemny		test	
	egzamin ustny		inne	
	zaliczenie pisemne	50%	inne..	
Miejsce realizacji zajęć ²²⁾ :	sala dydaktyczna			
Literatura podstawowa i uzupełniająca ²³⁾ :				
a) podstawowa				
1. Andrzejewski P., Kot W. 2002. Media relations. Budowanie reputacji firmy. Wydaw. Poltext. Warszawa				
2. Jabłoński w. 2006. Kreowanie informacji. Media relations. Wydaw. Naukowe PWN. Warszawa				
b) uzupełniająca				
3. Drzycimski A. 2000. Komunikatorzy. Oficyna Wydawnicza Branta. Warszawa-Bydgoszcz				
4. Pisarek W. 2008. Wstęp do nauki o komunikowaniu. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa				
5. Tworzydło D., Kuca P. 2010. Relacje z mediami w samorządach - teoria i praktyka. Wydaw. News Line. PI. Rzeszów				
6. Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., Pokorna - Ignatowicz K., 2008. Źródła informacji dla dziennikarza. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa				
UWAGI ²⁴⁾ :				