Opis zajęć (sylabus): Media relations

Nazwa zajęć:	**Media relations**	**ECTS**	**3**
Nazwa zajęć w j. angielskim:	Media Relations		
Zajęcia dla kierunku studiów:	**Finanse i Rachunkowość**		

Język wykładowy: **polski**		Poziom studiów: **2**	
Forma studiów: **stacjonarne i niestacjonarne**	Status zajęć: **kierunkowy - do wyboru**	Numer semestru: **semestr letni**	
Rok akademicki, od którego obowiązuje opis (rocznik):		**2019/2020**	Numer katalogowy: **EKR-F-2SZ-X-69-KF-2019**

Koordynator zajęć:	**dr inż. Agnieszka Werenowska (stacj.), dr Ewa Jaska (niestacj.)**		
Prowadzący zajęcia:	**dr inż. Agnieszka Werenowska** **dr inż. Ewa Jaska**		
Jednostka realizująca:	**Katedra Turystyki, Komunikacji Społecznej i Doradztwa**		
Jednostka zlecająca:	**Wydział Ekonomiczny**		
Założenia, cele i opis zajęć:	a. przedstawienie istoty komunikacji z mediami b. zaprezentowanie zasad organizacji wydarzeń medialnych c. kształtowanie umiejętności wypowiedzi do mediów d. poznanie zasad współpracy z dziennikarzem **Wykład** Istota komunikacji z mediami. Typologia mediów masowych - zróżnicowanie 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. **Ćwiczenia** Zachowanie przed kamerą i mikrofonem. Wypowiedzi do kamery. "Setka" do kamery. Przygotowanie oświadczeń prasowych i innych materiałów prasowych. Organizacja konferencji prasowej.		
Formy dydaktyczne, liczba godzin:	a. wykład - liczba godzin: stacj: 20, niestacj. 12 b. ćwiczenia audytoryjne - liczba godzin: stacj: 10, niestacj. 4		
Metody dydaktyczne:	dyskusja, wykład konwersacyjny, studium przypadku, indywidualne projekty studenckie		
Wymagania formalne i założenia wstępne:	komunikowanie społeczne, ekonomia, zarządzanie		
Efekty uczenia się:	**Wiedza - Zna i rozumie:** 1 - rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikacji z mediami 2 - zna systematykę źródeł informacji dziennikarskiej	**Umiejętności - Potrafi:** 3 - poznaje zasady organizacji wydarzeń medialnych 4 - rozwija umiejętność wypowiedzi przed kamerą i mikrofonem	**Kompetencje - Jest gotów do:** 5 - potrafi przygotować materiały prasowe 6 - zna zasady etyki zawodowej
Sposób weryfikacji efektów uczenia się:	ocena wystąpień w trakcie zajęć (efekty: 4,5,6), test (pisemny lub komputerowy) (efekty: 1,2,3)		
Forma dokumentacji osiągniętych efektów uczenia się:	złożone projekty, zestaw pytań		
Elementy i wagi mające wpływ na ocenę końcową:	ocena wystąpień w trakcie zajęć - 50%, test (pisemny lub komputerowy) - 50%		
Miejsce realizacji zajęć:	sala wykładowa		

Literatura podstawowa i uzupełniająca:

1. Budzyński, W. 2017. Public relations. Wizerunek. Reputacja. Tożsamość. Wyd. POLTEX, Warszawa.
2. Jaska E., Werenowska A., 2017. Komunikacja przedsiębiorstwa z otoczeniem w gospodarce opartej na wiedzy. Wyd. SGGW, Warszawa.
3. Tworzydło D., Kuca P. 2010. Relacje z mediami w samorządach - teoria i praktyka. Wydaw. News Line.Pl.Rzeszów
4. Wolny-Zmorzyński K., Kaliszewski A., Furman W., Pokorna - Ignatowicz K., 2008. Źródła informacji dla dziennikarza. Wydawnictwa Akademickie i Profesjonalne. Warszawa

Uwagi:
+, ver-lw, ogólne

Wskaźniki ilościowe charakteryzujące moduł/przedmiot:	
Szacunkowa sumaryczna liczba godzin pracy studenta (kontaktowych i pracy własnej) niezbędna dla osiągnięcia zakładanych dla zajęć efektów uczenia się - na tej podstawie należy wypełnić pole ECTS:	**75/75**
Łączna liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich lub innych osób prowadzących zajęcia:	**2.04/1.88 ECTS**

Tabela zgodności kierunkowych efektów uczenia się z efektami przedmiotu:			
Kategoria efektu	Efekty uczenia się dla zajęć:	Odniesienie do efektów dla programu studiów dla kierunku	Oddziaływanie zajęć na efekt kierunkowy*)
Wiedza	1 - rozróżnia pojęcia i kategorie z zakresu komunikacji z mediami	FIR2_KW01	2
	2 - zna systematykę źródeł informacji dziennikarskiej	FIR2_KW03	2
Umiejętności	3 - poznaje zasady organizacji wydarzeń medialnych	FIR2_KU06	3
	4 - rozwija umiejętność wypowiedzi przed kamerą i mikrofonem	FIR2_KU05	3
Kompetencje	5 - potrafi przygotować materiały prasowe	FIR2_KK01	2
	6 - zna zasady etyki zawodowej	FIR2_KK02	2

*) 3 – zaawansowany i szczegółowy, 2 – znaczący, 1 – podstawowy