

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.JKW	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Językowe kształtowanie wizerunku
	angielskim	Linguistic image creating

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	stacjonarne
1.3. Poziom studiów	studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Michał Jas
1.6. Kontakt	michal.jas@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć		Ćwiczenia
3.2. Miejsce realizacji zajęć		Pomieszczenia dydaktyczne UJK
3.3. Forma zaliczenia zajęć		Zaliczenie z oceną, kolokwium
3.4. Metody dydaktyczne		Metoda pokazowa, podawcza, burza mózgów
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	1. Bogotłębska B., Worsowicz M., <i>Retoryka i jej zastosowania</i> , Łódź 2016. 2. Kochan M., <i>Pojedynek na słowa – techniki erystyczne w publicznych sporach</i> , Kraków 2007.
	uzupełniająca	1. Bronowicz M., <i>Komunikacja wizerunkowa. Public relations. Reklama</i> . Warszawa 2015.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1- ukazanie czynników kształtujących wizerunek osób/instytucji/organizacji/miejsca;
C2 - kształtowanie umiejętności dotyczących wykorzystania technik erystycznych i retorycznych
C3 – kształtowanie umiejętności odpowiedniego doboru narzędzi i języka w kształtowaniu wizerunku

językowych

Kształtowanie wizerunku własnego, wizerunku pracodawcy, firmy, brandu, instytucji etc.; nowe media w kształtowaniu

wizerunku; techniki erystyczne; techniki retoryczne; różnica pomiędzy erystyką a retoryką; techniki działające na rozmówcę; techniki działające na widownię; praca ciałem i erystyka niewerbalna; elementy mowy ciała, mimiki, werbalnego kształtowania wizerunku

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma zaawansowaną wiedzę o wykorzystaniu języka w kształtowaniu wizerunku, zna i rozumie cechy charakterystyczne dla tworzenia różnych form wypowiedzi.	DKS1P_W06
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Potrafi dotrzeć do różnego typu źródeł wiedzy na temat kreowania wizerunku, wykorzystać je podczas przygotowania się do zajęć w kontekście pracy w mediach i PR	DKS1P_U04
U02	Potrafi komunikować się z innymi specjalistami zajmującymi się nauką o mediach i komunikacją społeczną, umie świadomie zastosować elementarne strategie związane z kreowaniem wizerunku.	DKS1P_U07
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Potrafi wykorzystać kompetencje w zakresie językowego kreowania wizerunku w działaniach związanych z otoczeniem do osiągnięcia zakładanych celów zawodowych	DKS1P_K01
K02	Myśli i działa w duchu językowej kreatywności oraz jest otwarty na problemy i potrzeby społeczne, z uwzględnieniem różnych cech i uwarunkowań środowiskowych.	DKS1P_K03

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01					+																

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.KI	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Komunikacja interpersonalna
	angielskim	Interpersonal communication

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia I stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr hab. Olga Dąbrowska-Cendrowska, prof. UJK
1.6. Kontakt	cendrowska@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Polski/angielski
2.2. Wymagania wstępne*	brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia – 30h	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	warsztaty z użyciem metod aktywnych, elementy wykładu informacyjnego, praca w grupach, metoda flip. Prowadzący wykorzystuje metody i techniki pracy ze szkolenia Academic Excellence Teaching, British Council.	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	Morreale S.P., Spitzberg B.H., Barge J.K., <i>Komunikacja między ludźmi. Motywacja, wiedza, umiejętności</i> , Warszawa 2023. Silberman M., Hansburg F., <i>Inteligencja interpersonalna. Jak utrzymywać dobre relacje z ludźmi</i> , .Warszawa 2022.
	uzupełniająca	Stewart J., <i>Mosty zamiast murów. Podręcznik komunikacji interpersonalnej</i> , Warszawa 2007.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)
C1. student potrafi rozpoznać i nazwać elementy aktu skutecznej komunikacji oraz mowę ciała/komunikację niewerbalną;
C2. student potrafi rozpoznać bariery komunikacyjne (m.in.: generalizowanie, ocenianie, krytykowanie, radzenie, wyśmiewanie); potrafi stworzyć akt komunikacyjny eliminując bariery komunikacyjne,
C3. student zna i potrafi w praktyce zastosować zasady aktywnego słuchania (m.in.: komunikat ja)

Ćwiczenia

1. Wprowadzenie w tematykę zajęć. Elementy skutecznej komunikacji – 2 godz.
2. Fundamenty komunikacji interpersonalnej - 6 godz.
3. Komunikacja niewerbalna – 2 godz.
4. Aktywne słuchanie – 4 godz.
5. Komunikat ja - 4 godz.
6. Bariery komunikacyjne - 2 godz.
7. Asertywność w praktyce – 2 godz.
8. Projekt – prezentacje studentów - 8 godz.

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma zaawansowaną wiedzę z zakresu komunikacji interpersonalnej, zna terminologię wykorzystywaną w literaturze przedmiotu, rozumie terminy używane w tekstach dotyczących komunikacji werbalnej i niewerbalnej.	DKS1P_W02
W02	Zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i porozumiewania się bez przemocy; wie, jak stosować je w praktyce.	DKS1P_W10
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Umie zastosować poprawną argumentację dla wzmocnienia swoich opinii i sądów; umie przedstawić wnioski na podstawie sformułowanych przesłanek.	DKS1P_U06
U02	Wykorzystuje poznane elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umożliwiające podejmowanie działań w grupie oraz wygłaszanie wystąpień publicznych.	DKS1P_U15
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Dostrzega konieczność kształcenia ustawicznego, wzbogacania swej wiedzy i umiejętności w zakresie komunikacji interpersonalnej	DKS1P_K01
K02	Jest świadomy znaczenia komunikacji werbalnej i niewerbalnej w życiu zawodowym, społecznym i prywatnym; umie współpracować i odpowiednio organizować proces komunikowania się w zespole właściwie odczytuje intencje i interpretuje komunikaty werbalne i niewerbalne; umiejętność tę postrzega jako przydatną w rozwiązywaniu ewentualnych problemów związanych z przyszłą pracą zawodową	DKS1P_K02

[illegible]

U01									+			+			+				
U02								+			+					+			
K01								+											+
K02										+						+			

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Punkty można zdobyć za:

Projekt; od 5 do 10 pkt.

Pracę własną- 1 za 1 pkt.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

***niepotrzebne usunąć**

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.PRIBŻP	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	PR w instytucjach biznesowych i życia publicznego
	angielskim	PR in business and public life institutions

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Judyta Ewa Perczak
1.6. Kontakt	jperczak@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia, 30h	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusje, prezentacje, analiza przypadków	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	A. Ślifirska, <i>Rekiny biznesu w mediach: sztuka tworzenia profilu publicznego</i>, Warszawa 2016. O. Kurek-Ochmańska, <i>Media studenckie a wizerunek uczelni</i>, Warszawa 2015. A. Strumińska-Doktór, <i>Jak skutecznie wypromować szkołę i placówkę oświatową</i>, Warszawa 2015. E. Witek, <i>Komunikacja wizerunkowa : nowoczesne narzędzia</i>, Wrocław 2015. J. Stawnicka, <i>Strategia marketingu narracyjnego w Policji: nowoczesny wymiar kreowania wizerunku</i>, Dąbrowa Górnicza 2014.
	uzupełniająca	M. Jabłońska, <i>Nowe wyzwania archiwów: komunikacja społeczna i public relations</i>, Toruń 2016. M. Kaczmarek-Śliwińska, <i>Public relations w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji: sztuka komunikowania się</i>, Warszawa 2015.

		A. Tkaczyk, <i>Placówka rewelacyjna : zarządzanie wizerunkiem placówki edukacyjnej</i>, Kraków 2014.
--	--	--

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)

- C1. Uświadomienie roli działań wizerunkowych w różnych typach organizacji.
- C2. WYROBIEŃCIE umiejętności analizy działań PR w różnych organizacjach z uwzględnieniem specyfiki każdej z nich.
- C3. WYROBIEŃCIE umiejętności doboru narzędzi działań wizerunkowych w zależności od uwarunkowań różnych typów organizacji.

4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)

- Public relations – definicje, terminologia, cechy, zakres, etapy tworzenia kampanii wizerunkowej. (przypomnienie).
- PR w placówkach oświatowych – podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia.
- PR w służbie zdrowia - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny, pożądane kierunki zmian.
- PR w policji - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny, pożądane kierunki zmian.
- PR w organizacjach pozarządowych - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
- PR w wymiarze sprawiedliwości - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
- PR w instytucjach kultury - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia, wizerunek obecny.
- PR w biznesie - podstawy prawne, determinanty, publiczność, narzędzia.
- Kryzys wizerunkowy – przyczyny powstawania, sposoby rozwiązywania z uwzględnieniem specyfiki instytucji.
- Współpraca różnych instytucji w kreowaniu wizerunku.
- Próba stworzenia planu wizerunkowego dla wybranej szkoły.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY :		

W01	Zna i rozumie w zaawansowanym stopniu wybrane fakty i zjawiska z zakresu public relations oraz dostrzega ich związek z praktyczną działalnością medialną i promocyjno-reklamową.	DKS1P_W01
W02	Zna uwarunkowania prawne i administracyjne działalności PR w instytucjach różnego typu.	DKS1P_W04
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Umie odnaleźć potrzebne informacje w różnych źródłach oraz ocenić ich przydatność w działalności promocyjno-reklamowej.	DKS1P_U01
U02	Potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk z zakresu PR.	DKS1P_U02
U03	Potrafi samodzielnie dotrzeć do różnego typu źródeł wiedzy, wykorzystać je podczas realizacji zleconych zadań dotyczących działalności medialnej i PR instytucjach biznesowych i życia publicznego.	DKS1P_U04
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Rozpoznaje ewentualne problemy związane ze specyfiką wykonywania zawodów związanych z PR i jest gotowy do ich rozwiązywania.	DKS1P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																						
Efekty przedmiotowe (symbol)		Sposób weryfikacji (+/-)																				
		Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium *			Projekt*			Aktywność na zajęciach			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
		Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
		W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01											+											
W02											+											
U01											+			+			+					
U02											+			+			+					
U03											+			+			+					
K01														+			+					

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Projekt zaliczony na 3,0. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	3,5	Projekt zaliczony na 3,5. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	4	Projekt zaliczony na 4,0. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	4,5	Projekt zaliczony na 4,5. W przypadku wysokiej aktywności ocena może zostać podniesiona o pół stopnia.
	5	Projekt zaliczony na 5,0.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń	20
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej	10
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.PRPR	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Pracownia reklamy i PR Advertising and PR Studio
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	daria.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video, filmy	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	- Jakóbczak A., <i>Transformersi. Superbohaterowie polskiej reklamy 80.-90</i>, Łódź 2016. - Bronowicz M., <i>Komunikacja wizerunkowa. Public relations. Reklama. Branding</i>, Wrocław 2015.
	uzupełniająca	- Malinowska-Parzydło J., <i>Jesteś marką – jak odnieść sukces i pozostać sobą</i>, Gliwice 2016. - Cialdini R., <i>Wyswieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i>, Gdańsk 2016. - Kochan M., <i>Pojedynek na słowa – techniki erystyczne w publicznych sporach</i>, Kraków 2007.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)	
C1 – wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą praktycznego zastosowania technik reklamowych i PR C2 – kształtowanie umiejętności dotyczących prowadzenia działań reklamowych i PR w agencjach kreatywnych, firmach, instytucjach	
C3 – kształtowanie umiejętności odpowiedniego doboru narzędzi i języka w obszarze działań personal branding	
C4 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego tworzenia przekazów PR i reklamowych z	
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć)	
Ćwiczenia: Kreacja strategii komunikacyjnej dla wybranego produktu, usługi, zjawiska lub instytucji w oparciu o zdobytą wiedzę i umiejętności; praca w grupach oraz indywidualna nad: badaniem rynku, analizą SWOT, analizą OCTA, doбором narzędzi i kanałów dystrybucji treści, tworzeniem insightów konsumenckich, ustalaniem grup docelowych taktycznych i strategicznych, tworzeniem mediaplanu, harmonogramem i budżetowaniem.	

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna najważniejsze nurty badawcze w dyscyplinie nauki o komunikacji społecznej i mediach, zna metody, techniki i narzędzia pozyskiwania danych pozwalające opisywać struktury i instytucje medialne zwłaszcza w kontekście działalności PR.	DKS1P_W05
W02	Zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach promocyjno-reklamowych; wie, jak stosować je w praktyce.	DKS1P_W10
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Umie samodzielnie opracować prezentację wyników swoich dociekań, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje zadania związane ze sferą PR.	DKS1P_U03
U02	Umie zastosować poprawną argumentację oraz przytoczyć poglądy wybranych teoretyków i praktyków PR; umie przedstawić wnioski na podstawie sformułowanych przesłanek.	DKS1P_U06
U03	Potrafi wykorzystać narzędzia i kanały porozumiewania się w kontaktach ze specjalistami w zakresie PR; umie świadomie zastosować elementarne strategie komunikacyjne.	DKS1P_U07
U04	Potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów wz. z PR pojawiających się w pracy zawodowej, proponuje w tym zakresie konkretne rozwiązania.	DKS1P_U11
U06	Posiada umiejętności analizowania danych i wyciągania wniosków w zakresie funkcjonowania mediów w społeczeństwie oraz potrafi je wykorzystać w praktyce promocyjno-reklamowej.	DKS1P_U12
U07	Potrafi zaplanować i zorganizować pracę indywidualną oraz grupową nad zleconym projektem PR, akceptuje konieczność przyjęcia roli zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	DKS1P_U14
U08	Wykorzystuje poznane elementy komunikacji werbalnej i niewerbalnej, umożliwiające podejmowanie działań w grupie oraz wygłaszanie wystąpień publicznych.	DKS1P_U15
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Rozpoznaje ewentualne problemy związane ze specyfiką wykonywania zawodu pracownika agencji promocyjno-reklamowych i jest gotowy do ich rozwiązywania.	DKS1P_K02

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01								+			+			+			+				
W02								+			+			+			+				
U01								+			+			+			+				
U02								+			+			+			+				
U03								+			+			+			+				
U04								+			+			+			+				
U05								+			+			+			+				
U06								+			+			+			+				
U07								+			+			+			+				
U08								+			+			+			+				
K01								+			+			+			+				

**niepotrzebne usunąć*

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć; oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).
	4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
	4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdych zajęciach.
	5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdych zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	60
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	60
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	90
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	30
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	30
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	30
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	150
PUNKTY ECTS za przedmiot	6

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.PER	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Prawo i etyka reklamy
	Angielskim	Law and ethics of advertising

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	studia stacjonarne
1.3. Poziom studiów	studia pierwszego stopnia licencjackie
1.4. Profil studiów*	praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	dr Iwona Stalica
1.6. Kontakt	iwona.stalica@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	Polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Zajęcia w pomieszczeniach dydaktycznych UJK.	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	metody podające i problemowe, dyskusja oparta na analizie przypadku.	
3.5. Wykaz literatury i aktów prawnych	podstawowa	• K. Grzybczyk, <i>Ilustrowane prawo reklamy</i>, Warszawa 2020. • R. Grochowski, <i>Granice prawne i etyczne reklamy w ustawodawstwie krajowym i europejskim</i>, Poznań-Opole 2010. • Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny • Ustawa z dnia 30 czerwca 2000 r. – Prawo własności przemysłowej • Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych • Ustawa z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów

		• Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym • Ustawa z dnia 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji • Ustawa z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji
	uzupełniająca	• E. Traple (red.), <i>Prawo reklamy i promocji. Komentarz</i>, Warszawa 2007.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć) C1-Wiedza – zapoznanie studentów z informacjami dotyczącymi: ochrony dóbr osobistych w działaniach promocyjnych i marketingowych; poznanie źródeł w zakresie regulacji prawnych dotyczących reklamy i standardów etycznych w reklamie. C2-Umiejętności – nabycie umiejętności oceny treści przekazów reklamowych i marketingowych pod kątem zgodności z prawem i etyką; C3-Kompetencje – studenci potrafią odnaleźć potrzebne informacje, w tym orzecznictwo sądowe i decyzje/stanowiska Prezesa UOKiK dotyczące omawianych kwestii
4.2. Treści programowe (z uwzględnieniem formy zajęć) Reklama a obowiązujące standardy ochrony dóbr osobistych. Regulacje prawa prasowego dotyczące reklamy. Reklama telewizyjna. Regulacja prawna reklamy jako przedmiotu ochrony prawa autorskiego i prawa własności przemysłowej (znaki towarowe). Szczególne regulacje dotyczące reklamy niektórych produktów i usług. Zakazy reklamowe. Reklama jako czyn nieuczciwej konkurencji. Etyka w reklamie.

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Zna pojęcia i etyczne zasady dotyczące ochrony własności intelektualnej i prawa autorskiego w związku z podejmowanymi promocyjnymi działaniami medialnymi.	DKS2P_W07
W02	Zna i rozumie w stopniu zaawansowanym istniejące uwarunkowania prawne, polityczne i ekonomiczne, dotyczące rynku reklamy.	DKS2P_W12
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		

U01	Potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z reklamą, w szczególności prawa autorskiego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną.	DKS2P_U10
U02	Dostrzega konieczność kształcenia ustawicznego, wzbogacania swej wiedzy i umiejętności w zakresie prawa i etyki, potrafi uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności.	DKS2P_U13
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości oraz jest otwarty na problemy i potrzeby społeczne, z uwzględnieniem różnych cech i uwarunkowań środowiskowych.	DKS2P_K03
K02	Uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, wykorzystuje media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym i społecznym.	DKS2P_K04

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się																						
Efekty przedmiotowe (symbol)		Sposób weryfikacji (+/-)																				
		Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium *			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
		Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
		W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..	W	C	..
W01								+			+			+			+					
W02								+			+			+			+					
U01								+			+			+			+					
U02								+			+			+			+					
K01								+			+			+			+					
K02								+			+			+			+					

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia	3	Obecności na zajęciach. Projekt zaliczony na 3.

	3,5	Obecności na zajęciach. Projekt zaliczony na 3,5.
	4	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 4.
	4,5	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 4,5.
	5	Obecności na zajęciach, czynny udział w dyskusji. Projekt zaliczony na 5.

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
<i>LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/</i>	30
<i>Udział w ćwiczeniach</i>	30
<i>SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/</i>	20
<i>Przygotowanie do ćwiczeń</i>	14
<i>Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa</i>	3
<i>Opracowanie prezentacji multimedialnej</i>	3
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	50
PUNKTY ECTS za przedmiot	2

***niepotrzebne usunąć**

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.PRPR	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Psychologia reklamy i public relations Psychology of commercials and public relations
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	d.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć	Ćwiczenia	
3.2. Miejsce realizacji zajęć	Pomieszczenia dydaktyczne UJK	
3.3. Forma zaliczenia zajęć	Zaliczenie z oceną	
3.4. Metody dydaktyczne	Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video	
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	- Hatałska N., <i>Trendbook</i>. - Cialdini R. „<i>Wywieranie wpływu na ludzi. Teoria i praktyka</i>” Gdańsk 2016. - Miotk A., <i>Nowy PR – jak internet zmienił Public Relations</i>, Lublin 2016. - Tkaczyk P., <i>Zakamarki marki</i>, Gliwice 2011.
	uzupełniająca	Fragmenty z publikacji: - Falkowski A., Tyszka T. <i>Psychologia zachowań konsumenckich</i>. Gdańsk 2009. - Borkowski I., Stasiuk-Krajewska K. <i>Kształtowanie wizerunku jako narzędzie public relations</i>, Wrocław 2011. - Śmid W. <i>Język reklamy</i>, Warszawa 2016. - Stasiuk K., Maison D., <i>Psychologia konsumenta</i>, Warszawa 2014. - Heath R. <i>Uwieść podświadomość</i>; Gdańsk 2014.

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

C1– wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą aspektów psychologicznych rządzących reklamą

C3 – uświadomienie studentom wagi i znaczenia umiejętnego tworzenia przekazów PR i reklamowych z uwzględnieniem cech grup docelowych

Ćwiczenia:

Różnorodne strategie komunikacyjne, planowanie komercyjnych kampanii reklamowych. Reklama komercyjna. Promocja produktów i usług. Programy PR charytatywne, kampanie na rzecz rodziny, praw człowieka, zdrowia, edukacji, ekologii, praw konsumenta oraz społecznej odpowiedzialności.

Kampanie wyborcze. Strategia kampanii wyborczej. Uwarunkowania psychologiczne a skuteczność przekazu reklamowego i PR.

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma zaawansowaną wiedzę szczegółową z zakresu psychologii reklamy i public relations.	DKS1P_W03
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	Umie samodzielnie opracować prezentację wyników swoich dociekań, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje podjęte zadania związane z public relations.	DKS1P_U03
U02	Umie opracować i przedstawić w formie pisemnej i/lub ustnej wypowiedzi z zakresu psychologii reklamy i PR.	DKS1P_U08
U03	Potrafi zaplanować i zorganizować pracę indywidualną oraz grupową nad zleconym projektem z zakresu reklamy i PR; akceptuje konieczność przyjęcia roli zgodnie z potrzebami zadaniowymi.	DKS1P_U14
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	Potrafi określić priorytety służące realizacji określonego przez siebie lub innych zadania i umie przyporządkować im zakres czynności umożliwiających osiągnięcie zakładanych celów, dostrzega znaczenie wiedzy w rozwiązywaniu problemów praktycznych.	DKS1P_K01
K02	Myśli i działa w duchu przedsiębiorczości oraz jest otwarty na problemy i potrzeby społeczne, z uwzględnieniem różnych cech i uwarunkowań środowiskowych.	DKS1P_K03

[illegible]

	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01								+			+			+			+				
U01								+			+			+			+				
U02								+			+			+			+				
U03								+			+			+			+				
K01								+			+			+			+				
K02								+			+			+			+				

**niepotrzebne usunąć*

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się		
Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
ćwiczenia (C)*	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć; oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).
	4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
	4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdych zajęciach.
	5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdych zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	15
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	15
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

**niepotrzebne usunąć*

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....

KARTA PRZEDMIOTU

Kod przedmiotu	0321.5.DKS1.D.WS	
Nazwa przedmiotu w języku	polskim	Warsztat specjalizacyjny Specialisation workshop
	angielskim	

1. USYTUOWANIE PRZEDMIOTU W SYSTEMIE STUDIÓW

1.1. Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
1.2. Forma studiów	Stacjonarne
1.3. Poziom studiów	Studia pierwszego stopnia
1.4. Profil studiów*	Praktyczny
1.5. Osoba przygotowująca kartę przedmiotu	mgr Daria Malicka
1.6. Kontakt	d.malicka@ujk.edu.pl

2. OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

2.1. Język wykładowy	polski
2.2. Wymagania wstępne*	Brak

3. SZCZEGÓŁOWA CHARAKTERYSTYKA PRZEDMIOTU

3.1. Forma zajęć		Ćwiczenia
3.2. Miejsce realizacji zajęć		Salę dydaktyczne UJK
3.3. Forma zaliczenia zajęć		Zaliczenie z oceną
3.4. Metody dydaktyczne		Dyskusja, prezentacja multimedialna, praca w grupach, warsztaty, burza mózgów, materiały video, filmy
3.5. Wykaz literatury	podstawowa	Łaszyn A., <i>Media i ty</i> , Warszawa 2015. Nurkiewicz-Jarońska M. <i>Media relations; jak współpracować z dziennikarzami</i> , Warszawa 2013.
	uzupełniająca	Fragmenty publikacji i źródeł internetowych. Pinker S., <i>Piękny styl. Przewodnik człowieka myślącego po sztuce pisania XXI wieku</i> , Sopot 2013. www.kotarbinski.com

4. CELE, TREŚCI I EFEKTY UCZENIA SIĘ

4.1. Cele przedmiotu (z uwzględnieniem formy zajęć)

C1 – zdobycie wiadomości na temat media relations

C2 – wyposażenie studentów w podstawową wiedzę dotyczącą praktycznego zastosowania zasad rządzących media relations

C3 – kształtowanie umiejętności dotyczących prowadzenia działań media relations w

4.3. Przedmiotowe efekty uczenia się

Efekt	Student, który zaliczył przedmiot	Odniesienie do kierunkowych efektów uczenia się
w zakresie WIEDZY:		
W01	Ma zaawansowaną wiedzę o gatunkach dziennikarskich, zna i rozumie ich cechy charakterystyczne oraz metody analizy i interpretacji, wykorzystywane w tworzeniu różnych wypowiedzi prasowych.	DKS1P_W06
W02	Zna i rozumie zasady bezpieczeństwa i higieny pracy w instytucjach medialnych, kulturalnych, promocyjno-reklamowych; wie, jak stosować je w praktyce	DKS1P_W10
w zakresie UMIEJĘTNOŚCI:		
U01	potrafi wykorzystać wiedzę teoretyczną do szczegółowego opisu i praktycznego analizowania jednostkowych procesów i zjawisk w obrębie nauk o komunikacji społecznej i mediach	DKS1P_U02
U02	umie samodzielnie opracować prezentację wyników swoich dociekań, z wykorzystaniem ogólnie dostępnych narzędzi informatycznych oraz posiada podstawowe umiejętności organizacyjne, dzięki którym planuje i organizuje podjęte zadania związane ze sferą medialną i promocyjno-reklamową	DKS1P_U03
U03	potrafi stosować przepisy prawa i normy etyczne odnoszące się do instytucji związanych z wybraną sferą działalności społecznej i medialnej, w szczególności prawa autorskiego, i związane z zarządzaniem własnością intelektualną	DKS1P_U10
U04	potrafi wykorzystać zdobytą wiedzę do rozstrzygania dylematów pojawiających się w pracy zawodowej, proponuje w tym zakresie konkretne rozwiązania oraz potrafi sporządzić wniosek o przyznanie środków na realizację zaproponowanego przez siebie projektu	DKS1P_U11
U05	potrafi zaplanować i zorganizować pracę indywidualną oraz grupową nad zleconym projektem, akceptuje konieczność przyjęcia roli zgodnie z potrzebami zadaniowymi	DKS1P_U14
w zakresie KOMPETENCJI SPOŁECZNYCH:		
K01	uczestniczy w życiu kulturalnym i społecznym, wykorzystuje media jako narzędzie komunikacji oraz źródło wiedzy o życiu kulturalnym i społecznym	DKS1P_K04

4.4. Sposoby weryfikacji osiągnięcia przedmiotowych efektów uczenia się

Efekty przedmiotowe (symbol)	Sposób weryfikacji (+/-)																				
	Egzamin ustny/pisemny*			Kolokwium*			Projekt*			Aktywność na zajęciach*			Praca własna*			Praca w grupie*			Inne (jakie?)*		
	Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć			Forma zajęć		
	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...	W	C	...
W01								X			X			X			X				
U01								X			X			X			X				
U02								X			X			X			X				
U03								X			X			X			X				
K01								X			X			X			X				

*niepotrzebne usunąć

4.5. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

Forma zajęć	Ocena	Kryterium oceny
5	3	Frekwencja (dopuszczalne 3 nieobecności); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 51-60%
	3,5	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności); projekt zaliczeniowy wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć; oceniona na 61-70%; aktywność na zajęciach (min. dwa razy).

4	Frekwencja (dopuszczalne 2 nieobecności; projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 71-80%; aktywność na zajęciach (min. cztery razy).
4,5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 81-90%; aktywność na każdych zajęciach.
5	Frekwencja (dopuszczalne 1 nieobecność); projekt zaliczeniowy (wg wytycznych przedstawionych w toku zajęć) oceniona na 91-100%; aktywność na każdych zajęciach; proponowanie własnych zagadnień do dyskusji

5. BILANS PUNKTÓW ECTS – NAKŁAD PRACY STUDENTA

Kategoria	Obciążenie studenta
	Studia stacjonarne
LICZBA GODZIN REALIZOWANYCH PRZY BEZPOŚREDNIM UDZIALE NAUCZYCIELA /GODZINY KONTAKTOWE/	30
Udział w ćwiczeniach, konwersatoriach, laboratoriach*	30
SAMODZIELNA PRACA STUDENTA /GODZINY NIEKONTAKTOWE/	45
Przygotowanie do ćwiczeń, konwersatorium, laboratorium*	15
Zebranie materiałów do projektu, kwerenda internetowa*	15
Opracowanie prezentacji multimedialnej*	15
ŁĄCZNA LICZBA GODZIN	75
PUNKTY ECTS za przedmiot	3

*niepotrzebne usunąć

Przyjmuję do realizacji (data i czytelne podpisy osób prowadzących przedmiot w danym roku akademickim)

.....