

PRZEDMIOTY DLA SPECJALNOŚCI MENEDŻERSKIEJ	nr w planie studiów	ECTS
Public relations sportu	23	3

Profil kształcenia	Ogólnoakademicki
Wydział / Kierunek	Wychowanie Fizyczne / Sport
Jednostka organizacyjna	Zakład Organizacji i Historii Kultury Fizycznej
Poziom studiów	II°
Rok, semestr	II rok, sem. 4
Język wykładowy	polski
Tryb studiów	stacjonarne
Forma zajęć: wykłady / ćwiczenia	15/ 30
Forma zaliczenia	Zo4/ E4
Charakter zajęć	obligatoryjny

CELE PRZEDMIOTU

Zdobycie wiedzy na temat roli komunikowania w życiu społecznym oraz środków, form i modeli komunikowania. Zrozumienie zasad rządzących komunikowaniem masowym oraz zdobycie umiejętności komunikowania z wykorzystaniem wiedzy zdobytej na zajęciach. Zdobycie wiedzy o koncepcji, celach i narzędziach public relations w sporcie. Nabycie umiejętności pisania komunikatów i newsów prasowych. Nabycie umiejętności planowania public relations organizacji sportowych

Odniesienie do kierunkowych efektów kształcenia	Przedmiotowe efekty kształcenia w zakresie wiedzy (P_W), umiejętności (P_U) i kompetencji społecznych (P_S)	Odniesienie do efektów obszarowych
K_W06 K_W10	P_W01 Posiada podstawową wiedzę w zakresie roli komunikowania w życiu społecznym.	M2_W08 M2_W06 M2_W09
K_W06 K_W10	P_W02 Ma wiedzę na temat środków, form i modeli procesu komunikowania.	M2_W08 M2_W06 M2_W09
K_W06 K_W10	P_W03 Zna kluczowe pojęcia i modele komunikowania masowego	M2_W08 M2_W06 M2_W09
K_W06 K_W10	P_W04 Ma wiedzę na temat treści przekazu masowego i jego oddziaływania na grupy i jednostki, także w dziedzinie sportu	M2_W08 M2_W06 M2_W09
K_W06 K_W10	P_W05 Posiada wiedzę na temat zasad prowadzenia public relations w organizacji sportowej	M2_W08 M2_W06 M2_W09
K_W07, K_W014	P_W06 Zna narzędzia stosowane w PR w sporcie	M2_W08, M2_W12
K_U01	P_U01 Potrafi przedstawić i wyjaśnić modele procesu komunikowania społecznego	M2_U08
K_U01	P_U02 Umie wskazać pozytywne i negatywne skutki działania środków masowego komunikowania	M2_U08
K_U01	P_U03 Potrafi wyjaśnić rolę dziennikarzy w selekcji i prezentacji informacji w środkach masowego przekazu	M2_U08
K_U07	P_U04 Potrafi tworzyć komunikaty i newsy prasowe	M2_U7,

*Akademia Wychowania Fizycznego
Józefa Piłsudskiego w Warszawie*

K_U07	P_U05 Potrafi planować działania PR w organizacji sportowej	M2_U7
K_U01	P_U06 Potrafi zidentyfikować kluczowych dla organizacji interesariuszy	M2_U08
K_K01	P_S01 Potrafi wyrażać swoją opinię na temat komunikowania społecznego wykorzystując wiedzę i terminologię zdobytą na zajęciach	M2_K01
K_K01	P_S02 Ma świadomość odpowiedzialności społecznej trenerów i zarządców sportu będących istotnym elementem procesów komunikowania społecznego.	M2_K01
K_K01	P_S03 Współpracuje w zespole rozwiązując zadania dotyczące komunikowania masowego w trakcie zajęć	M2_K01
K_K06	P_S04 Potrafi rozwiązywać problemy komunikacyjne pomiędzy organizacją a otoczeniem	M2_K06
K_K05	P_S05 Rozumie potrzebę współpracy z innymi organizacjami funkcjonującymi w mikro i makro otoczeniu organizacji	M2_K04, M2_K05

LITERATURA

podstawowa	<p>Dobek-Ostrowska (2007) <i>Komunikowanie polityczne i publiczne</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa; rozdział 1 i 2 z podręcznika</p> <p>McQuail D. (2007) <i>Teoria komunikowania masowego</i> Wydawnictwa Naukowe PWN, Warszawa, 2007; rozdział 1 (wprowadzenie), rozdział 2 (narodziny mediów masowych), rozdziały 15 i 16 (o widowni)</p> <p>Piotr Godlewski, Waldemar Rydzak, Jacek Trębecki (2010) <i>Public Relations w sporcie</i>, Wyd. Sport & Business Foundation.</p> <p>Godlewski Piotr (2004) <i>O publicznych wystąpieniach- treść wykładu z przedmiotu public relation</i>, Wyd. Polska Korporacja Menedżerów Sportu.</p> <p>Fraser P. Seitel (2003) <i>Public Relations w Praktyce</i>, Wyd. Felberg (głównie rozdział 4).</p> <p>Szyfter (2005) <i>Public Relations w internecie</i>, Wyd. Onepress.</p>
uzupełniająca	<p>Brzezińska E. (1997) <i>Komunikacja społeczna</i>, Instytut Studiów Międzynarodowych, Uniwersytet Łódzki.</p> <p>Castells M. (2008) <i>Spoleczeństwo sieci</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.</p> <p>Goban-Klas T. (2008) <i>Media i komunikowanie masowe</i>, Wydawnictwo Naukowe PWN, Warszawa.</p> <p>Griffin E. (2003) <i>Podstawy komunikacji społecznej</i>. Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne, Gdańsk.</p> <p>Kaczmarek-Śliwińska M. (2015). <i>Public relations organizacji w zarządzaniu sytuacjami kryzysowymi organizacji</i>. Wydawnictwo Dyfin, Warszawa</p> <p>1. Smektała T. (2015). <i>Komunikacja wizerunkowa e-public relations</i>. Wydawnictwo Astrum, Wrocław.</p>