

POLITECHNIKA KRAKOWSKA IM. TADEUSZA KOŚCIUSZKI

KARTA PRZEDMIOTU

obowiązuje studentów rozpoczynających studia w roku akademickim 2016/2017

Wydział Inżynierii Środowiska

Kierunek studiów: Inżynieria Środowiska

Profil: Ogólnoakademicki

Forma studiów: stacjonarne

Kod kierunku: 2

Stopień studiów: I

Specjalności: Hydrotechnika i geoinżynieria

1 INFORMACJE O PRZEDMIOCIE

NAZWA PRZEDMIOTU	Kampanie społeczne dla inwestycji środowiskowych
NAZWA PRZEDMIOTU W JĘZYKU ANGIELSKIM	Public campaigns for environmental investments
KOD PRZEDMIOTU	WIŚ IŚ oIS A8 16/17
KATEGORIA PRZEDMIOTU	przedmioty ogólne
LICZBA PUNKTÓW ECTS	1.00
SEMESTRY	3

2 RODZAJ ZAJĘĆ, LICZBA GODZIN W PLANIE STUDIÓW

SEMESTR	WYKŁAD	ĆWICZENIA	LABORATORIUM	LABORATORIUM KOMPUTERO- WE	PROJEKT	SEMINARIUM
3	0	15	0	0	0	0

3 CELE PRZEDMIOTU

Cel 1 1. Zaplanowanie kampanii społecznej

Cel 2 2.Przejęcie przez kolejne etapy budowania kampanii społecznej) dla planowanej inwestycji

Cel 3 3.Zrealizowanie w formie zajęć warsztatowych wybranych części kampanii

4 WYMAGANIA WSTĘPNE W ZAKRESIE WIEDZY, UMIEJĘTNOŚCI I INNYCH KOMPETENCJI

- 1 Wymaganie 1 Znajomość aktualnej sytuacji prawnej w zakresie ochrony środowiska
- 2 Wymaganie 2 Wiedza w zakresie podstawowych procesów zachodzących w środowisku

5 EFEKTY KSZTAŁCENIA

EK1 Kompetencje społeczne Efekt kształcenia 1 Zrozumienie sytuacji wystąpienia konfliktu społecznego i potrzeby podjęcia działań zapobiegających

EK2 Wiedza Efekt kształcenia 2 Znajomość elementów kampanii społecznych i zrozumienie mechanizmów ich działania

EK3 Umiejętności Efekt kształcenia 3 Umiejętność skonstruowania kampanii środowiskowej dla wybranego zagadnienia

EK4 Kompetencje społeczne Efekt kształcenia 4 Zrozumienie prowadzonych w mediach kampanii środowiskowych dla wybranych zagadnień lub inwestycji środowiskowych

6 TREŚCI PROGRAMOWE

ĆWICZENIA		
LP	TEMATYKA ZAJĘĆ OPIS SZCZEGÓŁOWY BLOKÓW TEMATYCZNYCH	LICZBA GODZIN
C1	1. Specyfika kampanii społecznej jako narzędzia wywierania wpływu	2
C2	2. Przygotowanie kampanii społecznej (cele, główna myśl przekazu, definiowanie grupy docelowej)	2
C3	3. Przygotowanie kampanii społecznej (dobór środków oddziaływania)	2
C4	4. Współpraca z mediami podczas kampanii społecznej	2
C5	5. Start kampanii - budowanie korzystnego wizerunku od samego początku	2
C6	6. Trwałe efekty kampanii w społeczność (poziomy oraz priorytety)	2
C7	7. Prezentowanie zbudowanej kampanii na forum grupy	3

7 NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE

- N1** 1. Przeglądanie istniejących kampanii środowiskowych (internet, prasa specjalistyczna, media popularne)
- N2** 2. Wyszukiwanie elementów podstawowych istniejących kampanii środowiskowych
- N3** 3. Stworzenie własnego schematu budowy kampanii społecznej

8 OBCIĄŻENIE PRACĄ STUDENTA

FORMA AKTYWNOŚCI	ŚREDNIA LICZBA GODZIN NA ZREALIZOWANIE AKTYWNOŚCI
Godziny kontaktowe z nauczycielem akademickim, w tym:	
Godziny wynikające z planu studiów	15
Egzaminy i zaliczenia w sesji	0
Godziny bez udziału nauczyciela akademickiego wynikające z nakładu pracy studenta	15
SUMARYCZNA LICZBA GODZIN DLA PRZEDMIOTU WYNIKAJĄCA Z CAŁEGO NAKŁADU PRACY STUDENTA	30
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA PRZEDMIOTU	1

9 SPOSOBY OCENY

Sprawdzenie wiedzy teoretycznej z każdego etapu kampanii środowiskowej. Sprawdzenie wiedzy teoretycznej z każdego etapu kampanii środowiskowej. Ocena zaproponowanej kampanii dla wybranego zagadnienia środowiskowego.

OCENA PODSUMOWUJĄCA

P1 1. Ocena wiedzy teoretycznej

P2 2. Ocena jakości zebranych materiałów w ramach pracy indywidualnej

P3 3. Ocena kampanii prezentowanej na forum grupy

WARUNKI ZALICZENIA PRZEDMIOTU

W1 Ocena prezentowanej na forum grupy kampanii środowiskowej

OCENA AKTYWNOŚCI BEZ UDZIAŁU NAUCZYCIELA

B1 Ocena jakości materiałów zebranych w ramach pracy indywidualnej

KRYTERIA OCENY

EFEKT KSZTAŁCENIA 1	
NA OCENĘ 3.0	Student ma świadomość wystąpienia sytuacji konfliktu społecznego przy prowadzeniu inwestycji środowiskowych
NA OCENĘ 4.0	Student ma świadomość wystąpienia sytuacji konfliktu społecznego przy prowadzeniu inwestycji środowiskowych i pamięta o konieczności podjęcia działań zapobiegających
NA OCENĘ 5.0	Student ma świadomość wystąpienia sytuacji konfliktu społecznego przy prowadzeniu inwestycji środowiskowych i pamięta o konieczności podjęcia działań zapobiegających i wie gdzie szukać wsparcia takich działań.

EFEKT KSZTAŁCENIA 2	
NA OCENĘ 3.0	Student teoretycznie zna podstawowe elementy kampanii społecznej
NA OCENĘ 4.0	Student teoretycznie zna podstawowe elementy kampanii społecznej i potrafi je odnaleźć w przygotowanej kampanii środowiskowej
NA OCENĘ 5.0	Student teoretycznie zna podstawowe elementy kampanii społecznej, potrafi je odnaleźć w przygotowanej kampanii środowiskowej, a także jest w stanie przygotować nową kampanię dla wybranego zagadnienia.
EFEKT KSZTAŁCENIA 3	
NA OCENĘ 3.0	Student jest w stanie opisać teoretyczny schemat prowadzenia kampanii środowiskowej.
NA OCENĘ 4.0	Student jest w stanie opisać teoretyczny schemat prowadzenia kampanii środowiskowej i znajdzie podstawowe jej elementy w przygotowanej przez innego specjalistę kampanii
NA OCENĘ 5.0	Student jest w stanie opisać teoretyczny schemat prowadzenia kampanii środowiskowej, znajdzie podstawowe jej elementy w przygotowanej przez innego specjalistę kampanii, a także samodzielnie przygotowuje nowy schemat dla nowego zagadnienia
EFEKT KSZTAŁCENIA 4	
NA OCENĘ 3.0	Student rozpoznaje w mediach kampanię środowiskową
NA OCENĘ 4.0	Student rozpoznaje w mediach kampanię środowiskową i znajdzie w niej podstawowe elementy
NA OCENĘ 5.0	Student rozpoznaje w mediach kampanię środowiskową, znajdzie w niej podstawowe elementy oraz zaproponuje modyfikacje ulepszające przekaz

10 MACIERZ REALIZACJI PRZEDMIOTU

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK1	K_W04 K_U18 K_K01 K_K02 K_K03 K_K06 K_K07 K_K08 K_K09 K_K10	Cel 1 Cel 2 Cel 3	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	N1 N2 N3	P1 P2 P3

EFEKT KSZTAŁCENIA	ODNIESIENIE DANEGO EFEKTU DO SZCZEGÓŁOWYCH EFEKTÓW ZDEFINIOWANYCH DLA PROGRAMU	CELE PRZEDMIOTU	TREŚCI PROGRAMOWE	NARZĘDZIA DYDAKTYCZNE	SPOSOBY OCENY
EK2	K_W01 K_W04 K_W06 K_W10	Cel 1 Cel 2 Cel 3	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	N1 N2 N3	P1 P2 P3
EK3	K_U05 K_U06 K_U18 K_U19 K_U20	Cel 1 Cel 2 Cel 3	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	N1 N2 N3	P1 P2 P3
EK4	K_U05 K_U06 K_U18	Cel 1 Cel 2 Cel 3	C1 C2 C3 C4 C5 C6 C7	N1 N2 N3	P1 P2 P3

11 WYKAZ LITERATURY

LITERATURA PODSTAWOWA

- [1] | **Jarosław Flis** — *Samorządowe public relations*, Kraków, 2007, Wydawnictwo UJ
- [2] | **Monika Czaplicka** — *Zarządzanie kryzysowe w social mediach*, Gliwice, 2014, Wyd. Helion S.A.
- [3] | **Sam Black** — *Public relations*, Kraków, 2003, Oficyna Ekonomiczna

12 INFORMACJE O NAUCZYCIELACH AKADEMICKICH

OSOBA ODPOWIEDZIALNA ZA KARTĘ

dr inż. Anna Wiącek-Rosińska (kontakt: awiacek@mail.pk.edu.pl)

OSOBY PROWADZĄCE PRZEDMIOT

1 dr inż. Anna Wiącek-Rosińska (kontakt: awiacek@mail.pk.edu.pl)

13 ZATWIERDZENIE KARTY PRZEDMIOTU DO REALIZACJI

(miejscowość, data)

(odpowiedzialny za przedmiot)

(dziekan)

PRZYJMUJĘ DO REALIZACJI (data i podpisy osób prowadzących przedmiot)

.....