**Nazwa przedmiotu:**

Public Relations

**Koordynator przedmiotu:**

dr Kolwas Szymon

**Status przedmiotu:**

Obowiązkowy

**Poziom kształcenia:**

Studia I stopnia

**Program:**

Zarządzanie

**Grupa przedmiotów:**

kierunkowe

**Kod przedmiotu:**

-

**Semestr nominalny:**

3 / rok ak. 2022/2023

**Liczba punktów ECTS:**

2

**Liczba godzin pracy studenta związanych z osiągnięciem efektów uczenia się:**

2 ECTS:
20h projekt + 10h analiza przypadków + 7h przygotowanie do prezentacji multimedialnej + 5h opracowanie strategii PR + 8h zapoznanie się z literaturą + 2h konsultacje = 50h

**Liczba punktów ECTS na zajęciach wymagających bezpośredniego udziału nauczycieli akademickich:**

0,9 ECTS:

**Język prowadzenia zajęć:**

polski

**Liczba punktów ECTS, którą student uzyskuje w ramach zajęć o charakterze praktycznym:**

-

**Formy zajęć i ich wymiar w semestrze:**

|  |  |
| --- | --- |
| Wykład: | 0h |
| Ćwiczenia: | 0h |
| Laboratorium: | 0h |
| Projekt: | 30h |
| Lekcje komputerowe: | 0h |

**Wymagania wstępne:**

-

**Limit liczby studentów:**

- od 8 osób do limitu miejsc w sali laboratoryjnej (projekt)

**Cel przedmiotu:**

Studenci mają rozumieć znaczenie i funkcje pełnione przez specjalistów PR, poprawnie artykułować różnice między PR, propagandą, reklamą; mieć zobiektywizowany osąd działalności komunikacyjnej różnych typów organizacji: przedsiębiorstw prywatnych, organizacji publicznych i pozarządowych.

**Treści kształcenia:**

Projekt:
1. Publiczności i interesariusze PR,
2. Planowanie i zarządzanie PR,
3. PR w sytuacji kryzysowej.

**Metody oceny:**

Projekt:
1. Ocena formatywna: na poszczególne zajęcia przygotowanie i omówienie części projektu kampanii PR na przykładzie wybranej organizacji (realizowany indywidualnie).
2. Ocena sumatywna: za realizację projektu 80%, za prezentację projektu końcowego 20%. Warunkiem zaliczenia przedmiotu jest obecność na wszystkich warsztatach projektowych, terminowość realizacji poszczególnych etapów projektu. Obowiązkowa prezentacja w wyznaczonym terminie.

**Egzamin:**

nie

**Literatura:**

Obowiązkowa:
1. Davies A., 2007, Public relations, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne
2. Wójcik K., 2015, Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa: Wolters Kluwer Polska
3. Seitel F. P., 2003, Public Relations w praktyce, Warszawa: Felberg SJA
Uzupełniająca:
1. Olędzki J., 2009, Etyka w polskim public relations, Warszawa: ASPRA-JR
2. Heath R.L, Coombs W. T.,2012, Today's public relations: an introduction, Sage Publications

**Witryna www przedmiotu:**

moodle.usos.pw.edu.pl

**Uwagi:**

Przygotowanie projektu wpisującego się w strategię public relations wybranej organizacji przy zastosowaniu metody design thinking.

## Charakterystyki przedmiotowe

### Profil ogólnoakademicki - wiedza

**Charakterystyka Z1\_WG3:**

Absolwent zna i rozumie w zaawansowanym stopniu znaczenie i funkcje pełnione przez specjalistów PR, poprawnie artykułuje różnice między PR, propagandą, reklamą; ma zobiektywizowany osąd działalności komunikacyjnej różnych typów organizacji: przedsiębiorstw prywatnych, organizacji publicznych i pozarządowych.

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_WK11:**

Absolwent zna i rozumie w zaawansowanym stopniu istotne uwarunkowania etyczne z zakresu działalności Public Relations

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - umiejętności

**Charakterystyka Z1\_UK11:**

Absolwent potrafi wykorzystywać posiadaną wiedzę do uczestnictwa w debacie, prezentując i oceniając różne opinie i stanowiska oraz biorąc udział w dyskusji w zakresie działalności PR współczesnych przedsiębiorst

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UO14:**

Absolwent potrafi pracując samodzielnie oraz w zespole poszerzać i aktualizować swoją wiedzę z zakresu PR w gospodarce cyfrowej, właściwie ten proces planując

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_UW2:**

Absolwent potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę do właściwego zdiagnozowania problemów w organizacji oraz do sformułowania propozycji ich rozwiązania, wykorzystując do tego również poznane metody z zakresu PR

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

### Profil ogólnoakademicki - kompetencje społeczne

**Charakterystyka Z1\_KK1, Z1\_KK2, Z1\_KO4:**

Absolwent rozumie jak istotna jest jego własna wiedza z zakresu PR dla funkcjonowania i pokonywania problemów w organizacji oraz dla działania w sposób przedsiębiorczy. Jest gotów do jej krytycznej oceny i zasięgania opinii ekspertów w tej dziedzinie

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**

**Charakterystyka Z1\_KR5:**

Absolwent jest gotowy do odpowiedzialnego pełnienia ról zawodowych związanych z formułowanie strategii PR, również w środowisku międzynarodowym, w tym przestrzegania zasad etyki zawodowej i wymagania tego od innych oraz dbałości o dorobek i tradycje zawodu

Weryfikacja:

Projekt - zaliczenie projektu i prezentacji

**Powiązane charakterystyki kierunkowe:**

**Powiązane charakterystyki obszarowe:**