



Startup a PR

Karta opisu przedmiotu

Informacje podstawowe

Kierunek studiów Informatyka Społeczna	Cykl dydaktyczny 2023/2024	
Specjalność -	Kod przedmiotu HIFSS.I2K.313d7f20b5130a8278e46c7bf52e5256.23	
Jednostka organizacyjna Wydział Humanistyczny	Języki wykładowe polski	
Poziom kształcenia Studia licencjackie I stopnia	Obligatoryjność Do wyboru	
Forma studiów Stacjonarne	Blok zajęciowy Przedmioty kierunkowe	
Profil studiów Praktyczny	Przedmiot powiązany z badaniami naukowymi Nie	
Koordynator przedmiotu	Michał Rakowski	
Prowadzący zajęcia	Michał Rakowski	
Okres Semestr 2	Forma zaliczenia Zaliczenie	Liczba punktów ECTS 1
	Forma prowadzenia i godziny zajęć Zajęcia warsztatowe: 12	

Efekty uczenia się dla przedmiotu

Kod	Efekty w zakresie	Kierunkowe efekty uczenia się	Metody weryfikacji
Wiedzy - Student zna i rozumie:			
W1	Student zna podstawowe pojęcia zw. z prowadzeniem projektu public relations	IFS1P_W07	Aktywność na zajęciach
Umiejętności - Student potrafi:			

U1	Student potrafi napisać komunikat prasowy do mediów.	IFS1P_U09	Projekt
U2	Student potrafi wyciągnąć praktyczne wnioski z analizowanych branżowych case studies i wykorzystać je w pracy w PR.	IFS1P_U07, IFS1P_U09	Studium przypadków
U3	Student potrafi wyciągnąć praktyczne wnioski z analizowanych branżowych case studies i wykorzystać je w pracy w PR.	IFS1P_U07, IFS1P_U09	Studium przypadków
Kompetencji społecznych - Student jest gotów do:			
K1	Student potrafi współpracować w grupie w celu przygotowania elementów strategii komunikacji	IFS1P_K01	Wykonanie projektu

Treści programowe zapewniające uzyskanie efektów uczenia się dla modułu zajęć

Jak zadbać o wizerunek swojej firmy technologicznej. Praktyczne podstawy PR

Nakład pracy studenta

Rodzaje zajęć studenta	Średnia liczba godzin* przeznaczonych na zrealizowane aktywności
Zajęcia warsztatowe	12
Samodzielne studiowanie tematyki zajęć	12
Dodatkowe godziny kontaktowe	1
Łączny nakład pracy studenta	Liczba godzin 25
Liczba godzin kontaktowych	Liczba godzin 12

* godzina (lekcyjna) oznacza 45 minut

Treści programowe

Lp.	Treści programowe	Efekty uczenia się dla przedmiotu	Formy prowadzenia zajęć
1.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dobry wizerunek startupu? Najpierw zadбай o swój (elementy _personal branding_) 2. Wejście na rynek - od czego zacząć? 3. Tworzenie strategii komunikacji 4. _Media_ vs. _Owned Media_ (blogi, media społecznościowe i in.) vs. _Bought Media_ (reklama) 5. Jak rozmawiać z dziennikarzami, czyli „(Oldschool) media relations is not dead” 6. IR (_Investor relations_) - co zrobić, aby zdobyć inwestora? 7. _Go global_ - czy to naprawdę możliwe? 8. Etyka w public relations 	W1, U1, U2, U3, K1	Zajęcia warsztatowe

Informacje rozszerzone

Metody i techniki kształcenia:

Rodzaj zajęć	Metody zaliczenia	Warunki zaliczenia przedmiotu
Zajęcia warsztatowe	Aktywność na zajęciach, Wykonanie projektu, Projekt, Studium przypadków	

Warunki i sposób zaliczenia poszczególnych form zajęć, w tym zasady zaliczeń poprawkowych, a także warunki dopuszczenia do egzaminu

Nieobecność jest trudna do nadrobienia. zaliczenie w kolejnych terminach będzie indywidualnie ustalane z prowadzącym

Sposób obliczania oceny końcowej

* aktywność na zajęciach (10%) * wykonanie projektu grupowego (40%) * wykonanie projektu indywidualnego (40%) * dodatkowe nieobowiązkowe aktywności, np. referat (10%)

Sposób i tryb wyrównywania zaległości powstałych wskutek nieobecności studenta na zajęciach

Nieobecność jest trudna do nadrobienia, ponieważ warsztaty są ograniczone do jedynie krótkiej formy. Za każdym razem taka możliwość będzie ustalana bezpośrednio z prowadzącym.

Wymagania wstępne i dodatkowe

Brak

Zasady udziału w poszczególnych zajęciach, ze wskazaniem, czy obecność studenta na zajęciach jest obowiązkowa

Zajęcia warsztatowe: Zajęcia są prowadzone w formie intensywnych kilkugodzinnych warsztatów.

Literatura

Obowiązkowa

1. Nieobowiązkowe:
2. * Stareva, Iliiyana. 2018. Inbound PR. The PR Agency's Manual to Transforming Your Business with Inbound, Hoboken, New Jersey, John Willey & Sons
3. * Łaszyn, Adam, 2015, Media i Ty. Jak zarządzać kontaktem osobistym z dziennikarzami, Warszawa, Wydawnictwo: Message House
4. * Praca zbiorowa. 2011. Sztuka public relations. Z doświadczeń polskich praktyków, Warszawa, Związek Firm Public Relations
5. * Wojcik, Krystyna. 2015. Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa, Wolters Kluwert SA
6. * Stolarczyk, Andrzej. 2011. Etyka w public relations, w: Sztuka public relations. Z doświadczeń polskich praktyków (praca zbiorowa), Warszawa, Związek Firm Public Relations
7. * Lloyd, John. 2015. Journalism and PR: News Media and Public Relations in the Digital Age, Londyn, I.B.Tauris & Co Ltd, Reuters Institute, Oxford University.

Kierunkowe efekty uczenia się

Kod	Treść
IFS1P_K01	potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy
IFS1P_U07	potrafi przygotować i przedstawić w języku polskim i języku obcym (na poziomie minimum B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego) prezentację ustną, dotyczącą szczegółowych zagadnień związanych z wzajemnym oddziaływaniem pomiędzy informatycznymi technologiami komunikacyjnymi i światem społecznym.
IFS1P_U09	potrafi właściwie stawiać hipotezy, analizować przyczyny i przebieg obserwowanych zjawisk
IFS1P_W07	ma podstawową wiedzę na temat sposobów wywierania wpływu społecznego i innowacji społecznych.