

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

I. OGÓLNE INFORMACJE PODSTAWOWE O PRZEDMIOCIE (MODULE)										
PUBLIC RELATIONS										
Nazwa jednostki organizacyjnej prowadzącej kierunek:				Instytut Pedagogiki i Psychologii						
Nazwa kierunku studiów, poziom kształcenia:				Psychologia, jednolite studia magisterskie						
Profil kształcenia:				Praktyczny						
Nazwa specjalności:				-						
Rodzaj modułu uczenia się:				Moduł ogólnouczelniany						
Rok / Semestr:				I rok/I semestr						
Osoba koordynująca przedmiot:				Dr Ewa Wojtowicz						
Wymagania wstępne (wynikające z następstwa przedmiotów):				-						
II. FORMY ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH ORAZ WYMIAR GODZIN										
	Wykład	Ćwiczenia	Konwersatorium	Laboratorium	Warsztaty	Projekt	Seminarium	Konsultacje	Egzamin/ zaliczenie	Suma godzin
Studia stacjonarne		12								12
Studia niestacjonarne		12								12
III. METODY REALIZACJI ZAJĘĆ DYDAKTYCZNYCH										
Formy zajęć			Metody dydaktyczne							
Wykład										
Ćwiczenia			Ćwiczenia praktyczne							
IV. PRZEDMIOTOWE EFEKTY UCZENIA SIĘ Z ODNIESIENIEM DO EFEKTÓW UCZENIA SIĘ DLA KIERUNKU I OBSZARÓW										
Lp.	Opis przedmiotowych efektów uczenia się								Odniesienie do efektu kierunkowego	
Wiedza:										
1	Student zna i rozumie podstawowe pojęcia związane z Public Relations (PR)								K_W02	
2	Wie, jakie są różnice między PR a innymi sposobami komunikacji publicznej i organizacyjnej								K_W01	
3	Student zna metody i instrumenty w kształtowaniu Public Relations								K_W04	
Umiejętności:										
4	Posługuje się terminami z zakresu PR w wypowiedziach ustnych i pisemnych								K_U01	
5	Student potrafi wykorzystać narzędzia PR w pracach o charakterze praktycznym								K_U04	
Kompetencje społeczne:										
6	Jest gotów realizować ciągłe doksztalcanie oraz podnosić kompetencje zawodowe.								K_K03	
7	Student myśli i działa w sposób kreatywny i przedsiębiorczy								K_K02	
V. TREŚCI PROGRAMOWE (UCZENIA SIĘ)										

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

Lp.	Wykład:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
1				
Lp.	Ćwiczenia/warsztaty:	Odniesienie do przedmiotowych efektów uczenia się		
1	Wizerunek a tożsamość. System identyfikacji wizualnej. Definicje i istota PR. PR a marketing mix. Zakres działań oraz zadania PR Metody i techniki wykorzystywane w PR Skuteczne komunikowanie się Rola mediów społecznościowych w PR	1, 2, 4, 6, 1, 2, 4, 6, 7 1,3, 4, 5, 6 1, 3, 4, 5, 6, 7 1, 3, 4, 5, 6		
VI. METODY WERYFIKACJI EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Metoda weryfikacji	Forma zajęć, w ramach której weryfikowany jest EUS(Efekt uczenia się)		
Wiedza:				
K_W01 K_W02 K_W04	Projekt w grupach kilkusobowych; aktywność na zajęciach	ćwiczenia		
Umiejętności:				
K_U01 K_U04	Projekt w grupach kilkusobowych; aktywność na zajęciach	ćwiczenia		
Kompetencje społeczne:				
K_K03 K_K02	Projekt w grupach kilkusobowych; aktywność na zajęciach	ćwiczenia		
VII. KRYTERIA OCENY OSIĄGNIĘTYCH EFEKTÓW UCZENIA SIĘ				
Efekty uczenia się	Ocena niedostateczna Student nie zna i nie rozumie/nie potrafi/nie jest gotów:	Zakres ocen 3,0-3,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Zakres ocen 4,0-4,5 Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:	Ocena bardzo dobra Student zna i rozumie /potrafi/jest gotów:
Dla każdego z efektów uczenia się określonego dla modułu w zakresie wiedzy umiejętności i kompetencji	Student uzyskuje poniżej 50% max. liczby punktów dla danego efektu	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu PR Charakteryzuje podstawowe różnice między PR a innymi sposobami komunikacji publicznej i organizacyjnej Student wymienia metody i instrumenty w kształtowaniu Public Relations Właściwie posługuje się podstawowymi	Student zna podstawowe pojęcia z zakresu PR, a wybrane omawia w stopniu zaawansowanym Charakteryzuje różnice między PR a innymi sposobami komunikacji publicznej i organizacyjnej Wymienia większość metod i instrumentów w kształtowaniu Public Relations,	Student zna i obszernie charakteryzuje pojęcia z zakresu PR Charakteryzuje różnice między PR a innymi sposobami komunikacji publicznej i organizacyjnej Wymienia większość metod i instrumentów w kształtowaniu Public Relations, wskazując na ich kontekst praktyczny

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

		terminami z zakresu PR w wypowiedziach ustnych i pisemnych W zadaniach praktycznych wykorzystuje podstawowe narzędzia PR, wymaga przy tym korekty Wie w jaki sposób zdobywać dalszą wiedzę z zakresu PR W podstawowym zakresie tworzy rozwiązania prostych problemów PR o charakterze twórczym i przedsiębiorczym	wskazując na ich kontekst praktyczny Właściwie posługuje się terminami z zakresu PR w wypowiedziach ustnych i pisemnych W zadaniach praktycznych wykorzystuje narzędzia PR, wymaga nieznacznego naprowadzenia na właściwy sposób rozumowania Wie w jaki sposób zdobywać dalszą wiedzę z zakresu PR W podstawowym zakresie tworzy rozwiązania prostych problemów PR o charakterze twórczym i przedsiębiorczym	Właściwie posługuje się terminami z zakresu PR w wypowiedziach ustnych i pisemnych, w sposób poprawny łącząc je z wiedzą z innych dziedzin W zadaniach praktycznych wykorzystuje narzędzia PR w sposób poprawny wskazując na powody ich zastosowań, Wie w jaki sposób zdobywać dalszą wiedzę z zakresu PR Tworzy rozwiązania prostych problemów PR o charakterze twórczym i przedsiębiorczym
--	--	---	---	--

VIII. NAKŁAD PRACY STUDENTA – WYMIAR GODZIN I BILANS PUNKTÓW ECTS

Rodzaj aktywności ECTS	Obciążenie studenta	
	Studia stacjonarne	Studia niestacjonarne
Udział w zajęciach dydaktycznych (wykłady, ćwiczenia, konwersatoria, projekt, laboratoria, warsztaty, seminaria) – SUMA godzin – z punktu II	12	12
Egzamin/zaliczenie	3	3
Udział w konsultacjach		
Projekt / esej		
Samodzielne przygotowanie się do zajęć dydaktycznych		
Przygotowanie się do zaliczenia zajęć dydaktycznych	35	35
Sumaryczne obciążenie pracą studenta (25h = 1 ECTS) SUMA godzin/ECTS	2/50	2/50
Obciążenie studenta w ramach zajęć w bezpośrednim kontakcie z nauczycielem	12	12
Obciążenie studenta w ramach zajęć o charakterze praktycznym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z praktycznym przygotowaniem zawodowym		
Obciążenie studenta w ramach zajęć związanych z przygotowaniem do prowadzenia badań		

KARTA PRZEDMIOTU

Załącznik Nr 1 do Zarządzenia nr 3/07/2020
z dnia 13 lipca 2020 r w sprawie wzoru karty
przedmiotu w Wyższej Szkole Menedżerskiej
w Warszawie

IX. LITERATURA PRZEDMIOTU ORAZ INNE MATERIAŁY DYDAKTYCZNE

Literatura podstawowa przedmiotu:

J. Olędzki: Etyka w polskim public relations, Warszawa 2009

F.P. Seitel: Public relations w praktyce, Warszawa 2003

K. Wojcik: Public relations. Wiarygodny dialog z otoczeniem, Warszawa 2005

Literatura uzupełniająca przedmiotu:

—

Inne materiały dydaktyczne:

-