

**Sylabus zajęć na Studiach Podyplomowych „Dyplomacja Kulturalna”
2020/2021**

Imię i nazwisko Wykładowcy/stoپیء naukowy/Afilacja	Iwona Sadecka Doradca ds. mediów i kultury w Konsulacie Generalnym USA w Krakowie
Nazwa Przedmiotu. Ilość godzin zarezerwowana dla Wykładowcy	Public Relations w kulturze/ Media społecznościowe 10
Ilość przewidzianych spotkań w ramach Przedmiotu	5
Opis zajęć	<p>Przedstawienie podobieństw i różnic między Public Relations, Public Affairs i Public Diplomacy. Działanie na polu relacji publicznych trzeba zacząć od zapoznania się ze strategiczną misją/celami instytucji, organizacji pozarządowej, placówki dyplomatycznej i dostosowaniem planu komunikacji do wybranych grup odbiorców. Kolejny krok to opracowanie koncepcji programowej, jednostkowych wydarzeń i szeroko zakrojonych kampanii by wzmacniać najważniejsze przekazy, co równocześnie wpływa na wizerunek/markę danej instytucji. Omówienie schematu szkicu planu wydarzenia.</p> <p>W celu budowania umiejętności pracy w grupie na każde zajęcia będzie wymagane wcześniejsze (na tydzień przed zajęciami) przesłanie szkicu projektu przygotowanego w grupie trzyosobowej, który po kolejnych zajęciach będzie rozbudowywany o następne elementy. Krótka prezentacja (3-5 minutowy pitch) przez lidera grupy, za każdym razem będzie to inna osoba z trzyosobowej grupy.</p> <p>Zaliczenie na podstawie przesłanego wcześniej i przedstawionego w czasie kolejnych zajęć (max. pół strony) i ostatnich zajęć projektu końcowego (max.2 strony)</p>
Zajęcia nr 1	Tytuł zajęć: Międzynarodowe Public Relations a Dyplomacja Publiczna
Plan zajęć	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dyplomacja 3.0 (G2G, G2P, P2P) w ujęciu Josepha Nye'a. 2. Komunikowanie międzynarodowe / nawiązywanie relacji poprzez kampanie, programy i wydarzenia. Praca zespołowa, burza mózgów. Rola kreatywności i innowacyjności.

	<p>3. Case study 1. Budowanie kampanii wokół rocznic – przykłady obchodów stulecia dwustronnych stosunków dyplomatycznych.</p> <p>4. Praca projektowa: jako 3 osobowy zespół przedstawicielski wybranego dowolnie kraju opracowanie szkicu wydarzenia kulturalnego na obchody rocznicy według podanego schematu (max. pół strony). Lider zespołu przedstawia 3-5 min pitch.</p>
Literatura	<p>Obowiązkowa:</p> <p>Public Relations Society of America https://www.prsa.org/about/all-about-pr</p> <p>Joseph Nye, “On Soft Power” https://www.youtube.com/watch?v=_58v19OtIIg</p>
Zajęcia nr 2	<p>Tytuł zajęć: Budowanie wizerunku i zarządzanie reputacją</p>
Plan zajęć	<p>1. Rozpoznanie odbiorców, poszukiwanie nowych liderów opinii, identyfikowanie kluczowych środowisk.</p> <p>2. Nawiązywanie kontaktów z partnerami do współpracy nad projektami. Praca w międzynarodowym zespole. Rola inspiracji i siły przekonywania.</p> <p>3. Case study 2. Projekt międzynarodowy dotyczący współpracy i wymiany doświadczeń w zakresie ochrony środowiska.</p> <p>4. Praca projektowa: Jako przedstawiciel zespołu polskiej lub zagranicznej instytucji kulturalnej / organizacji pozarządowej opracowanie szkicu (max. pół strony) cyklicznego wydarzenia z udziałem ekspertów i instytucji partnerskich. Kolejny Lider zespołu przedstawia 3-5 min. Pitch.</p>
Literatura	<p>Obowiązkowa:</p> <p>Tedx Talk „A Recipe for PR Success” https://www.youtube.com/watch?v=KAAALpyg2r4</p> <p>Uzupełniająca:</p> <p>Reputation Defender blog „Building A Positive Image: The 7 Pillars of Reputation Management” https://blog.uk.reputationdefender.com/building-a-positive-image-the-7-pillars-of-reputation-management</p>
Zajęcia nr 3	<p>Tytuł zajęć: Relacje z mediami (tradycyjnymi i społecznościowymi) i strategie komunikacyjne do wydarzeń i kampanii</p>
Plan zajęć	<p>1. Niezbędna orientacja w świecie mediów, stały monitoring, aktywna obecność, rola rzecznika prasowego.</p> <p>2. Nawiązywanie kontaktów osobistych z dziennikarzami, wydawcami, blogerami i ich robocze podtrzymywanie.</p>

	<p>3. Informacje prasowe, briefingi, konferencje prasowe, Facebook, Twitter.</p> <p>4. Case study 3.: Strategia komunikacyjna wystaw, koncertów i wydarzeń kulturalnych.</p> <p>5. Praca projektowa: Przygotowanie strategii komunikacyjnej (max. pół strony) do jednej z dwóch wcześniejszych prac projektowych z wykorzystaniem mediów tradycyjnych i społecznościowych (dopisanie do jednego z wcześniejszych projektów). Prezentacja 3-5 min pitch – kolejny lider zespołu</p>
<u>Literatura</u>	<p>Obowiązkowa:</p> <p>Event Communication Plan: Timeline, Template and Tactics</p> <p>https://www.eventbrite.com.au/blog/event-communication-plan-dsoo/</p> <p>„How to Create an effective Social Media Communications Strategy for High Profile Events”, Forbes</p> <p>https://www.forbes.com/sites/forbescommunicationscouncil/2018/10/17/how-to-create-an-effective-social-media-communications-strategy-for-high-profile-events/#62d4669868a7</p> <p>Uzupełniająca:</p> <p>Media Relations: Everything you need to know</p> <p>https://www.pr.co/media-relations</p>
<u>Zajęcia nr 4</u>	Tytuł zajęć: Komunikacja w zarządzaniu kryzysem
<u>Plan zajęć</u>	<p>1. Dobra reputacja – punkt wyjścia do rozwiązania sytuacji kryzysowej, rola CSR w biznesie.</p> <p>2. Konieczność szybkiej reakcji z wykorzystaniem wszystkich narzędzi komunikacji, szczególnie mediów społecznościowych.</p> <p>3. Dostawanie przekazów do rodzaju i skali kryzysu.</p> <p>4. Case study 4.: COVID-19 - Skoordynowany plan komunikacji i wysyłania pilnych przekazów do obywateli przebywających za granicą przez placówkę dyplomatyczną.</p> <p>Praca projektowa: przygotowanie komunikacji do planu zarządzania kryzysowego instytucji na czas pandemii – podział kompetencji zespołu, gotowe mechanizmy informowania do wewnątrz (Internal Relations) i na zewnątrz instytucji.</p>
<u>Literatura</u>	<p>Obowiązkowa:</p> <p>CPD blog Jian Wang, „Public Diplomacy in the Age of Pandemic”</p> <p>https://www.uscpublicdiplomacy.org/blog/public-diplomacy-age-pandemics</p>

	<p>Uzupełniająca:</p> <p>Whitney Holmes, University of Tennessee, Knoxville, „Crises Communication and Social Media: Advantages, Disadvantages and Best Practices”</p> <p>https://trace.tennessee.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1003&context=ccisymposium</p> <p>„23 Top Tips of PR Experts who Survived 2017”, Forbes https://www.forbes.com/sites/forbesmarketplace/2017/12/14/23-top-tips-from-pr-experts-who-survived-2017/#71175c55b17e</p>
<u>Zajęcia nr5</u>	Ewaluacja projektu – Lessons learnt
<u>Plan zajęć</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Implementacja projektu: wyzwania, zaniechania, przeszkody, błędy. 2. Zarządzanie ryzykiem: czy warto je podjąć? 3. Podsumowanie rezultatów projektu: sukcesy, porażki (porażki uczą i wzmacniają!) <p>Prezentacja przez liderów grup prac projektowych uzupełnianych po każdym zajęciach. Lider zespołu przedstawia 5-7 min pitch.</p>