

Program praktyk zawodowych na kierunku Media i Dziennikarstwo

Profil praktyczny, cz. 1 Specjalność Public Relations

1. Student kierunku Media i Dziennikarstwo może odbywać praktyki w:

- redakcjach prasowych, telewizyjnych, radiowych i internetowych
- działach PR i marketingu urzędów państwowych (Gminy, Miasta, Starostwa, Wojewódzkich itd), instytucji państwowych, firm prywatnych
- agencjach reklamowych
- domach mediowych

2. Efekty kształcenia, które Student osiąga poprzez realizację praktyk zawodowych:

W zakresie wiedzy:

- zna i rozumie normy, cele, reguły, organizację i funkcjonowanie redakcji, agencji promocyjno-reklamowej lub innych instytucji zajmujących się komunikacją medialną
- zna i rozumie zasady BHP i RODO w miejscu odbywania praktyk metody i narzędzia, w tym techniki pozyskiwania informacji niezbędnych do wykonania powierzonych zadań, właściwe dla pracy w mediach
- ma wiedzę dotyczącą procesu komunikowania się w instytucji, zna metody i narzędzia komunikacji wewnętrznej, zewnętrznej i wizerunkowej stosowane w danej instytucji
- rozumie znaczenie i zastosowanie wiedzy nabytej w toku studiów w wykonywaniu przydzielonych do współrealizacji/realizacji zadań typowych dla instytucji/działu

W zakresie umiejętności:

- potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną nabytą w toku studiów do realizacji prostych zadań zawodowych, m.in. dotyczących analizy i tworzenia przekazów medialnych i treści promocyjnych
- używać podczas praktyki najważniejszych pojęć języka specjalistycznego
- potrafi porozumiewać się w sposób precyzyjny przy użyciu różnych kanałów i technik komunikacyjnych w działalności związanej z realizacją praktyk
- potrafi używać narzędzi pracy stosowanych w danej instytucji/firmie oraz stosować zasady BHP
- potrafi korzystać z zasobów firmy/instytucji zgodnie z zasadami ochrony własności przemysłowej i praw autorskich
- potrafi obsługiwać urządzenia techniczne wykorzystywane w celach marketingowych, w tym reklamowych w danej instytucji

W zakresie kompetencji społecznych:

- jest gotów do stałego doskonalenia swoich kompetencji zawodowych i personalnych
- jest gotów do przyjęcia postawy etycznej i dbania o dobre imię WSPA
- jest gotów do wykazywania odpowiedzialności za własną pracę
- jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i uznawania znaczenia wiedzy w rozwiązywaniu praktycznych zadań.

3. Przykładowe zadania i obowiązki do zrealizowania podczas odbywania praktyk (dowolnie do wyboru):

- Zapoznanie się z instytucją medialną lub okołomedialną, jej strukturą oraz specyfiką, w tym dokumentacją instytucji oraz jej obiegiem
- Zapoznanie się z organizacją i zasadami funkcjonowania jednostki w której odbywane są praktyki, w szczególności z: przepisami BHP i RODO obowiązującymi na stanowisku pracy, strukturą organizacyjną, poszczególnymi działami i ich funkcjonowaniem oraz szczegółowymi zadaniami, wchodzącymi w zakres odbywanej praktyki
- Zapoznanie się ze stroną internetową i profilowymi społecznościowymi danej instytucji. Poznanie urządzeń i narzędzi pracy stosowanych w instytucji.
- Obserwacja i asystowanie podczas koordynowania i zarządzania procesem komunikacji w instytucji medialnej/okółomedialnej oraz wykonywania powierzonych zadań z zakresu PR, typowych dla instytucji/działu
- Dokonanie samodzielnej próby przygotowania i analizy przekazu medialnego dla wybranej na miejsce pracy instytucji medialnej i okółomedialnej.
- Poznanie i obserwacja technik i narzędzi stosowanych w komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej, a także wizualnej organizacji będącej miejscem praktyk.
- Poznanie i obsługa urządzeń technicznych wykorzystywanych w celach marketingowych, w tym reklamowych w danej instytucji
- Poznanie zasad tworzenia treści promocyjnych i wizerunkowych i podjęcie próby opracowania prostych treści.