

## Program praktyk zawodowych na kierunku Media i Dziennikarstwo

### Profil praktyczny, cz. 2 Specjalność Public Relations

#### 1. Student kierunku DKS 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:

- zapoznaje się ze specyfiką pracy rzecznika prasowego oraz zasadami i narzędziami komunikacji kryzysowej wypracowanymi w organizacji będącej miejscem praktyk
- zna i rozumie przyczyny, przebieg, skalę i konsekwencje procesów zachodzących w trakcie realizacji zadań zawodowych w danym miejscu pracy, wynikające z nich zmiany oraz ich etyczne, ekonomiczne i prawne uwarunkowania, w tym podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności intelektualnej, prawa mediów, prawa autorskiego oraz ochrony i bezpieczeństwa danych
- zna i rozumie zasady tworzenia treści, w tym tekstów informacyjnych i wizerunkowych oraz przekazów medialnych
- zna i rozumie proces realizacji strategii marketingowej, strategii PR oraz strategii antykryzysowej w instytucji medialnej/okotomedialnej
- rozumie znaczenie i zastosowanie wiedzy oraz umiejętności nabytych w toku studiów w wykonywaniu przydzielonych do współrealizacji/realizacji zadań typowych dla instytucji/działu

#### W zakresie umiejętności:

- potrafi wykorzystywać wiedzę teoretyczną i praktyczną nabytą w toku studiów do samodzielnej realizacji zadań zawodowych lub współrealizacji prac trudniejszych (wykonywać zlecone elementy tych działań), m.in. dotyczących tworzenia przekazów medialnych, tworzenia tekstów i treści medialnych
- potrafi dokonać doboru metod i narzędzi do realizacji zadań z zakresu PR, w tym metod komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej oraz technik pozyskiwania informacji, właściwych dla pracy w mediach
- potrafi przygotować przekaz medialny oraz dokonać analizy przekazu medialnego wybranej na miejsce praktyk instytucji medialnej lub okotomedialnej
- potrafi określić metody, techniki i narzędzia właściwe dla projektowanej/realizowanej strategii marketingowej, strategii PR, strategii komunikacyjnej danej instytucji medialnej/okotomedialnej.



**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):**

- Wykonywanie typowych zadań realizowanych w obszarze PR
  - Analiza przekazów medialnych. Tworzenie i edycja przekazów medialnych oraz publikowanie materiałów w Internecie zgodnie z wytycznymi instytucji wybranej na miejsce praktyk
  - Poznanie praktycznych narzędzi PR w komunikacji wewnętrznej i z otoczeniem instytucji w sytuacjach kryzysowych, ze szczególnym uwzględnieniem roli rzecznika prasowego. Analiza wybranych metod komunikacji.
  - Kształtowanie umiejętności tworzenia treści medialnych, w tym promocyjnych (reklamowych)
- Rozpoznanie poszczególnych etapów realizacji strategii PR firmy, strategii marketingowej firmy, w tym strategii antykryzysowej oraz ich analiza.