Załącznik nr 20 do
Regulaminu Studenckich
Praktyk Zawodowych

Instytut Dziennikarstwa i Komunikacji Społecznej
Wydział Humanistyczny
Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie ul. Kurta Obitza 1
10-725 Olsztyn
tel. (089) 524 63 47

**Ramowy program praktyki zawodowej**
**Kierunek: KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA I PUBLIC RELATIONS**
**studia II stopnia**

Zgodnie z planem studiów i programem kształcenia na kierunku KOMUNIKACJA WIZERUNKOWA I PUBLIC RELATIONS ustala się następujące zasady oraz wytyczne dotyczące przebiegu i zaliczenia praktyki ciągłej w ramach studiów II stopnia.
Praktyka zawodowa jest realizowana w okresie studiów, w czasie przerwy wakacyjnej określonej ramową organizacją roku akademickiego. Istnieje możliwość odbywania praktyki w trakcie roku akademickiego, za zgodą dziekana, jeżeli praktyka realizowana będzie w czasie wolnym od obowiązujących zajęć. Student zobowiązany jest do odbycia praktyki zawodowej nie później niż do końca III semestru studiów.

## I. Cele studenckiej praktyki zawodowej:

1. Poszerzenie wiedzy zdobytej na studiach, kształcenie umiejętności zastosowania tej wiedzy w praktyce.
2. Poznanie struktur i mechanizmów funkcjonowania przedsiębiorstwa/instytucji.
3. Zdobywanie doświadczenia w samodzielnym i zespołowym wykonywaniu obowiązków zawodowych, w tym kształtowanie m.in. umiejętności analitycznych, organizacyjnych, nawiązywania kontaktów itp.
4. Kształtowanie wysokiej kultury zawodowej.

## II. Czas trwania praktyki:

Praktyka zawodowa trwa 4 tygodnie (160 godzin). Studenta obowiązuje 40-godzinny tydzień pracy.

## III. Zakres praktyki:

1. Zapoznanie się z działalnością przedsiębiorstwa/instytucji.
2. Poznanie struktury organizacyjnej przedsiębiorstwa/instytucji, mechanizmów funkcjonowania jej poszczególnych komórek/ działów.
3. Zapoznanie się z organizacją pracy i trybem obiegu dokumentów.
4. Zapoznanie się z wewnętrznym regulaminem przedsiębiorstwa/instytucji, przepisami o dyscyplinie pracy, bhp, i ppoż.
5. Poznanie stylu zarządzania przedsiębiorstwem/instytucją.
6. Zapoznanie się ze strategią rozwoju przedsiębiorstwa/instytucji.
7. Nabycie praktycznych umiejętności przy realizacji zadań na konkretnym stanowisku/stanowiskach (wskazanych przez przedsiębiorstwo/instytucję).

## IV. Przykładowe miejsca realizacji praktyk:

- Agencje marketingowe i kreatywne
- Agencje Public Relations
- Działy PR i marketingu w przedsiębiorstwach/instytucjach

- Media i redakcje
- Instytucje kultury
- Instytucje publiczne
- Organizacje pozarządowe
- Branża eventowa
- Social media i influencer marketing

**Zaliczenie praktyki**
Praktyka zawodowa na komunikacja wizerunkowa i public relations stanowi integralną część procesu kształcenia studenta i podlega obowiązkowemu zaliczeniu.
Zaliczenie praktyki jest warunkiem ukończenia studiów.

**Po odbyciu praktyki student składa u opiekuna praktyki pełną dokumentację z realizacji praktyki, do której należą:**
1. Dziennik praktyk na bieżąco uzupełniany przez Praktykanta, dokumentujący codzienny zakres realizowanych obowiązków. Przedsiębiorstwo/instytucja potwierdza w dzienniku rozpoczęcie i zakończenie praktyki oraz sporządza opinię o praktykancie dodatkowo wyrażoną oceną w skali 2-5.
2. Arkusze ewaluacyjne:
- Opinia pracodawcy na temat studenckich praktyk zawodowych.
- Opinia studenta na temat praktyk zawodowych.
Karty ewaluacji STUDENT-PRAKTYKANT wypełnia na stronie internetowej Wydziałowego Ośrodka Wspierania Dydaktyki Wydziału Humanistycznego UWM w Olsztynie i przed zakończeniem praktyki arkusz nr 1 (opinia pracodawcy) przedkłada pracodawcy celem dokonania przez niego ewaluacji praktyki.
**Student jest zobowiązany rozliczyć praktykę do końca III semestru.** Za realizację praktyk student otrzymuje 6 punktów ECTS w semestrze IV.
Zaliczenia praktyki i wpisu do systemu USOS dokonuje kierunkowy opiekun praktyki.