**Praktyki**

**Komunikacja medialna**

Studenci specjalności komunikacja w mediach odbywają w trakcie studiów praktykę zawodową w wymiarze łącznie 15 tygodni zgodnie z planem studiów. Celem jest praktyczne poznanie pracy w różnych typach mediów, w tym także mediów internetowych, a także funkcjonowania w różnych instytucjach działów public relations oraz zadań rzecznika prasowego, jak również poznanie pracy instytucji wydawniczych, zajmujących się opracowaniem publikacji, ze szczególnym uwzględnieniem praktyki dotyczącej zagadnień komunikacji interpersonalnej, pracy w zespole

1. **Praktyka w urzędach, firmach i instytucjach** **(7 tygodni)**

Celem praktyki jest zapoznanie studentów z zasadami organizacji pracy biurowej oraz funkcjonowania urzędów, sekretariatów, działów zajmujących się promocją, metod organizacji pracy w działach marketingu, handlu, wymagającej otwartości, zdolności interpersonalnych itp. Studenci zapoznają się z zasadami obiegu dokumentów, podstawami archiwizowania, przygotowaniem korespondencji, organizacją przepływu informacji i pracą w ramach wewnętrznej sieci komputerowej. Zaznajamiają się z podstawowymi dokumentami, ćwiczą umiejętność przygotowania pism w edytorze tekstów, znajomość arkusza kalkulacyjnego, gromadzenia i przetwarzania informacji. Zapoznaje się z podstawami prawa pracy, regulaminem obowiązującym pracowników, sposobami kształtowania właściwych relacji międzyludzkich (współpraca w ramach urzędu, kontakty z petentami).

W działach promocji poznaje cele i formy promocji, włącza się czynnie do przygotowania materiałów reklamowych, uczestniczy w przygotowaniu imprez, pisze zaproszenia oraz informacje do mediów. Zapoznaje się z redagowaniem strony internetowej urzędu lub firmy. W miarę możliwości pomaga administratorowi w opracowaniu danych i aktualizowaniu informacji.

**2 Praktyka w mediach lokalnych (9 tygodni)**

Praktyka odbywa się w redakcjach lokalnych mediów (lub innych) – redakcji prasowej, radiowej, telewizyjnej, telewizji kablowej, w redakcji portalu internetowego, w dziale public relations dowolnej instytucji bądź w biurze prasowym.

Celem praktyki jest poznanie przez studentów warsztatu dziennikarskiego, organizacji pracy redakcji, funkcjonowania terenowego oddziału mediów regionalnych, zadań służb public relations lub rzecznika prasowego.

Student odbywający praktykę włącza się czynnie do codziennych zdań wybranej jednostki. Zapoznaje się ze specyfiką redakcji lub instytucji, poznaje system pracy, warunki techniczne, sposoby kontaktowania się z niezbędnymi działami, zwierzchnikami itp. Poznaje przepisy dotyczące pracy w redakcji lub instytucji. Bierze udział w przygotowaniu materiałów dziennikarskich przeznaczonych do publikacji – towarzyszy dziennikarzowi wyjeżdżającemu w teren, obserwuje metody zbierania i selekcji informacji, pomaga we wszystkich pracach redakcyjnych.

Zależnie od swoich zainteresowań lub na polecenie opiekuna, przygotowuje samodzielne teksty, w miarę możliwości tworzy różne gatunki dziennikarskie (informacja, komentarz, felieton, wywiad, recenzja, artykuł, reportaż). Przeprowadza sondy, wyszukuje dane archiwalne, wykonuje podobne czynności przyczyniające się do powstania informacji, artykułu itp. Próbnie adiustuje teksty innych autorów, przeprowadza korektę, dobiera ilustracje lub inne elementy graficzne, uczestniczy w komponowaniu kolumn gazety, redagowaniu komunikatu. Z szczególną starannością powinien dbać o poprawność języka polskiego w przygotowywanych materiałach oraz zasady etyki dziennikarskiej.

W działach PR (biurze prasowym) – do zadań praktykanta należy w miarę dokładne poznanie wybranej instytucji, w tym funkcjonowania działu zajmującego się komunikacją społeczną, a także ogólnych przepisów dotyczących public relations.

Stosownie do systemu pracy biura, student włącza się do niektórych zadań: odbiera telefony, pisze pisma, pomaga w codziennych przeglądach prasy w celu znalezienia informacji związanych z daną firmą. Samodzielnie opisuje ich wyniki. Uczestniczy w kampaniach informacyjnych, konferencjach prasowych, próbnie pisze informacje dla mediów, w tym aktualności na stronę internetową instytucji oraz inne pisma, np. zaproszenia, sprostowania.

**Praca w wydawnictwie (8 tygodni)**

Praktyka w czasie trzeciego roku studiów odbywa się w wydawnictwach, agencjach reklamowych firmach poligraficznych.

Celem jest dokładne poznanie cyklu wydawniczego publikacji okolicznościowych, czasopism i książek.

Student zapoznaje się z charakterem wydawnictwa – organizacją pracy i przepisami dotyczącymi pracowników, równocześnie poznaje zagadnienia techniczne związane ze składem i drukiem. Powinien poznać zasady dystrybucji produktów i działania marketingowe wydawnictwa.

Student ćwiczy umiejętność pracy, wykorzystując programy graficzne i edytorskie. Samodzielnie wykonuje obróbkę materiałów graficznych (zdjęcia, rysunki, strony www), zapoznaje się doborem czcionek, kompozycją ilustracji, korektą na próbnych wydrukach i w komputerze.

W miarę możliwości praktykant powinien włączyć się w prace przedsiębiorstwa na poszczególnych etapach edycji. Wykonuje próbne prace, np. ulotki, korekta. W wydawnictwie prasowym poznaje system rozpowszechniania czasopisma, rozliczanie materiałów autorskich i sprzedaży, a ponadto zasady zdobywania reklam i działania marketingowe.

W sprawozdaniu student winien szczegółowo przedstawić miejsce odbywania praktyki -wydawnictwo i drukarnię oraz zaprezentować zakres wykonywanych czynności. Obowiązkowe jest dołączenie przykładów własnych prac – o ile takie powstały.