

OPIS MODUŁU KSZTAŁCENIA (SYLABUS)

I. Informacje ogólne

1. Nazwa modułu kształcenia: **Praktyki zawodowe**
2. Kod modułu kształcenia:
3. Rodzaj modułu kształcenia: obowiązkowy w ramach specjalności **kultura mediów cyfrowych**
4. Kierunek studiów: filologia polska
5. Poziom studiów: II stopień
6. Rok studiów: I-II
7. Liczba godzin: 90 h
8. Liczba punktów ECTS: 3
9. Imię, nazwisko, tytuł/stopień naukowy, adres e-mail akademickiego opiekuna praktyk: dr hab. Elżbieta Winiecka, e.winiecka@wp.pl elwin@amu.edu.pl

II. Informacje szczegółowe

Praktyki studenckie mogą odbywać się w firmie należącej do branży informacja i komunikacja, a także usługi oraz kultura, w szczególności w instytucjach opierających swoją działalność na nowych technologiach komunikacji internetowej i mediach społecznościowych (agencje marketingowe oraz e-marketingowe). Studenci mogą pracować na stanowiskach związanych z komunikowaniem się z klientami (i/lub z otoczeniem), z przygotowywaniem treści informacyjnych i reklamowych itp. Student kultury mediów cyfrowych to potencjalny specjalista ds. *social media*: powinien rozwijać swoje kompetencje w obsłudze Facebooka, Twittera czy YouTube – może zatem trenować umiejętności w każdej firmie oraz instytucji, która stawia na obecność, promocję oraz budowanie wizerunku w *social mediach*.

1. Cel (cele) praktyk:
 - Zapoznanie się ze specyfiką pracy w firmie i jej rolą oraz zadaniami na rynku (kreowanie nowoczesnego wizerunku firmy, komunikowanie firmy z otoczeniem);
 - rozwinięcie samodzielności i kreatywności w sferze działań komunikacyjnych, marketingowych oraz projektowania strategii rozwoju instytucji, zwłaszcza należących do sfery usług oraz kultury i edukacji;
 - nabycie praktycznych umiejętności potrzebnych do wykonywania przyszłej pracy zawodowej, w tym znajomość narzędzi pozycjonowania (SEO/SEM), Google AdWords i Google Analytics. Umiejętność wykorzystania portali

społecznościowych jako narzędzi kreowania marki, e-marketingu, *e-commerce* itp, kreatywne pisanie tekstów, przygotowanie do działań w sferze marketingu zintegrowanego oraz w instytucjach kultury, które potrzebują wsparcia w sferze polityki informacyjnej i promocyjnej.

2. Efekty kształcenia w zakresie wiedzy, umiejętności oraz kompetencji społecznych dla modułu kształcenia i odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku studiów

Symbol efektów kształcenia*	Po zakończeniu praktyk i potwierdzeniu osiągnięcia efektów kształcenia student potrafi:	Odniesienie do efektów kształcenia dla kierunku studiów [#]
P_01	Korzystać z dostępnych kanałów komunikacji, zwłaszcza internetowej (<i>social media</i>)	K_W16, K_U02, K_U03, K_U15, K_K04
P_02	Pracować indywidualnie i w grupie, przyjmując różne role.	K_U05, K_K05, K_K08, K_K11, K_K12
P_03	Tworzyć teksty na zamówienie: wskazanej długości, w określonej konwencji (np. wpis na oficjalnej stronie WWW firmy, portalu społecznościowym, mail do klienta, hasło reklamowe, informacja dla mediów) i na ściśle określony temat.	K_U01, K_U03, K_U08, K_U10, K_U13, K_U16, K_K04
P_04	Pozyskiwać informacje z różnych źródeł (a także od innych osób) i wykorzystywać je samodzielnie oraz twórczo, z zachowaniem zasad etyki i poszanowaniem praw własności intelektualnej.	K_U03, K_U05, K_U06, K_U15, K_K07
P_05	Korzystać z narzędzi pozycjonowania (SEO/SEM), Google AdWords i Google Analytics	K_W16, K_U06, K_U15, K_U16, K_K07
P_06	Na podstawie zgromadzonych danych rozpoznawać potrzeby wprowadzania zmian i modyfikacji w komunikacji.	K_U01, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U10, K_U12, K_K04
P_07	Podejmować wyzwania, mogące prowadzić do innowacyjnych rozwiązań problemów w sposób zgodny z zasadami etyki zawodowej i służący budowaniu relacji społecznych	K_U01, K_U02, K_U03, K_U04, K_U05, K_U06, K_U11, K_K03, K_K07, K_K08, K_K09

P_08	Kreatywnie i racjonalnie planować działania długofalowe i wieloetapowe: kampanie promocyjne, budowanie sieci kontaktów, planowanie budżetu itp.	K_U03, K_U04, K_U05, K_U11, K_U17, K_K07, K_K08
------	---	---

3. Treści kształcenia

Nazwa modułu kształcenia: Praktyki studenckie		
Symbol treści kształcenia*	Opis treści kształcenia	Odniesienie do efektów kształcenia modułu
TK_01	Nowoczesne narzędzia komunikacji, marketingu i e-marketingu – <i>social media</i>	P_01, P_05
TK_02	Narzędzia i specyfika <i>e-commerce</i> (handlu elektronicznego).	P_01, P_05-P_08
TK_03	Dostosowanie treści przekazu do specyfiki medium	P_01, P_03-P_06
TK_04	Świadome kształtowanie treści ze względu na cel	P_01, P_03, P_04, P_06
TK_05	Dbłość o autowizerunek oraz wizerunek firmy/marki	P_01-P_08
TK_06	Wpływ otoczenia społecznego na sposób pracy	P_01-P_08
TK_07	Rola działań humanisty w kształtowaniu polityki społecznej i komunikacyjnej firmy	P_03, P_04, P_06, P_07
TK_08	Połączenie nowych technologii oraz doskonałej znajomości polszczyzny do podnoszenia poziomu profesjonalności i skuteczności działań firmy.	P_01-P_08

III. Informacje dodatkowe

1. Obciążenie pracą studenta (punkty ECTS):

Nazwa modułu (przedmiotu): Praktyki studenckie	
Forma aktywności	Średnia liczba godzin na zrealizowanie aktywności *

Godziny zajęć (wg planu studiów) z nauczycielem	90
Prowadzenie dziennika praktyk	2
Suma godzin	92
SUMARYCZNA LICZBA PUNKTÓW ECTS DLA MODUŁU (PRZEDMIOTU)	3

2. Kryteria oceniania:

- zaświadczenie odbycia praktyki; opinia opiekuna praktyki w instytucji i wystawiona przez niego ocena;
- dziennik praktyki prowadzony przez studenta;
- rozmowa z akademickim opiekunem praktyk

Skala ocen:

5,0 – Ocena wystawiona przez opiekuna praktyki w instytucji, potwierdzona jego opinią, z której wynika pełna realizacja celów praktyki i zdobycie przez studenta wszystkich wskazanych w programie umiejętności w stopniu bardzo dobrym. Ocena powinna być potwierdzona zapisami w dzienniku praktyk oraz rozmową z akademickim opiekunem praktyk.

Kolejne oceny: 4,5; 4,0; 3,5; 3,0 wystawiane są na podstawie tych samych wskazań.

2,0 – student nie odbył praktyki lub w sposób rażący zaniedbywał swoje obowiązki w miejscu jej odbywania, co potwierdza opinia zakładowego opiekuna praktyk

Ocena wystawiona przez opiekuna zakładowego nie determinuje ostatecznej oceny z praktyk. Jeśli na podstawie dziennika praktyk oraz rozmowy ze studentem akademicki opiekun uzna, że propozycję opiekuna zakładowego należy skorygować, może ocenę zarówno podnieść, jak i obniżyć.