



Pełnomocnik Dziekana ds. praktyk: dr Agnieszka Barczykowska
Opiekun praktyki: **Agnieszka Iwanicka**
Zakład Technologii Kształcenia
Ul. Słowackiego 20

SZCZEGÓLNE WYTYCZNE DLA STUDENTÓW II ROKU II STOPNIA ODBYWAJĄCYCH PRAKTYKĘ ZAWODOWĄ W MEDIACH

I. WYMIAR I CZAS TRWANIA PRAKTYKI

Praktyka odbywa się w instytucjach profesjonalnie związanych z mediami. Zgodnie z programem studiów czas trwania praktyki określono na **50 godzin**. Student realizuje je w czasie trwania semestru **letniego** na drugim roku studiów. Dni i godziny realizacji praktyki student ustala z opiekunem praktyki w instytucji medialnej. Dopuszcza się możliwość realizacji praktyki zawodowej w więcej niż jednej instytucji medialnej.

II. ZADANIA OGÓLNE PRAKTYKANTA:

1. Zdobycie wiedzy na temat sposobów i charakteru pracy instytucji medialnej. W tym celu student powinien:
 - a) przeanalizować wraz z opiekunem dokumenty stanowiące prawną podstawę działania instytucji (ustawy, zarządzenia, rozporządzenia);
 - b) zapoznać się ze statutem instytucji;
 - c) zapoznać się z jej strukturą organizacyjną oraz opracować schemat organizacyjny instytucji wraz z opisem zadań i uprawnień przypisanych do poszczególnych stanowisk;
 - d) zapoznać się z formami pracy stosowanymi w danej instytucji medialnej;
 - e) zapoznać się w dokumentacją opracowywaną w instytucji.
2. Zdobycie, ulepszanie i rozwijanie umiejętności praktycznych poprzez
 - a) poznanie podstawowych etapów produkcji medialnej w danej instytucji;
 - b) branie udziału w projektowaniu, realizacji i ocenianiu komunikatów (przekazów) medialnych, charakterystycznych dla danej instytucji.
3. Dostarczenie dokumentacji do opiekuna praktyk ze strony WSE UAM w terminie ustalonym wcześniej z opiekunem.

III. DOKUMENTACJA PRAKTYKI

1. Codzienna aktywność w czasie trwania praktyki dokumentowana jest przez studenta w formie dzienniczka praktyk. Znajdują się w nim informacje dotyczące:
 - czynności, jakie będą realizowane w czasie trwania praktyki;
 - czasu spędzonego w instytucji w danym dniu;
 - zadań realizowanych w instytucji w danym dniu;
 - zdobytych umiejętności;
 - własnych spostrzeżeń dotyczących pobytu w instytucji medialnej;
 - harmonogramu praktyki.

Uwaga! Dzienniczek praktyk wymaga potwierdzenia opiekuna praktyk przez opieczetowanie i złożenie podpisów.



2. Dostarczenie teczek, w której znajdzie się:
 - a) opracowanie schematu organizacyjnego instytucji,
 - b) opis zakresu obowiązków i zadań na poszczególnych stanowiskach,
 - c) dwie recenzje pedagogiczne wybranych komunikatów, o skrajnie różnych walorach edukacyjnych,
 - d) zaprezentowanie (forma pisemna lub multimedialna) stworzonego przez siebie komunikatu medialnego.
3. Opinia sporządzona według zamieszczonego wzoru (opiekunowi praktyki dostarczamy ksero).

IV. ZALICZENIE PRAKTYKI

Warunki uzyskania pozytywnej oceny praktyki:

1. odbycie praktyki w wyznaczonym programem studiów czasie;
2. otrzymanie pozytywnej opinii i oceny ze strony opiekuna praktyk w instytucji medialnej;
3. złożenie wymaganej dokumentacji wymienionej w punkcie nr IIII niniejszych postanowień.

Zaliczenia praktyki dokonuje opiekun praktyk ze strony WSE UAM – dr Agnieszka Iwanicka

V. INSTYTUCJE, W KTÓRYCH STUDENCI MOGĄ REALIZOWAĆ PRAKTYKI ZAWODOWE WRAZ Z ZADANIAMI SZCZEGÓŁOWYMI:

1. Redakcje lub wydawnictwa:
 - Zapoznanie się z procesem tworzenia komunikatów prasowych lub książek, poprzez bezpośredni w nim udział.
 - Ocenianie poprawności merytorycznej i edukacyjnej komunikatu prasowego, książki.
 - Ocenianie poprawności edytorskiej i graficznej gazet, czasopism, książek.
2. Rozgłośnia radiowa:
 - Zapoznanie się z organizacją i funkcjonowaniem stacji radiowej.
 - Branie udziału w przygotowaniach audycji radiowych
 - Analiza i ocena merytoryczna, redakcyjna i pedagogiczna wybranych audycji.
3. Stacje telewizyjne
 - Zapoznanie się z całokształtem działalności telewizyjnej.
 - Uczestniczenie w procesie realizacji różnych programów telewizyjnych.
 - Dokonanie oceny artystycznej i pedagogicznej wybranych programów.
4. Firmy komputerowe, internetowe lub wydawnictwa multimedialne
 - Zapoznanie się z nowoczesnymi technologiami komputerowymi i multimedialnymi
 - Poznanie zasad tworzenia scenariuszy programów multimedialnych
 - Branie udziału w budowaniu stron internetowych
 - Zapoznanie się z technologią stosowaną przy tworzeniu programów multimedialnych lub stron internetowych
 - Ocenianie poprawności merytorycznej i edukacyjnej programów multimedialnych lub stron WWW.



5. Agencje reklamowe

- Zapoznanie z procesem tworzenia kampanii reklamowych różnego rodzaju.
- Uczestniczenie w tworzeniu reklam realizowanych przy pomocy różnorodnych metod i technologii.
- Ocenianie treści, formy i walorów pedagogicznych reklam.