**KARTA PRAKTYKI cz. 3**

1. Podstawowe informacje o praktyce

|  |  |
| --- | --- |
| Rocznik studiów | 2021/2022 |
| Kolegium | Mediów i Komunikacji Społecznej |
| Kierunek studiów | Komunikacja cyfrowa |
| Poziom kształcenia | studia pierwszego stopnia |
| Profil kształcenia | praktyczny |
| Rodzaj praktyki | specjalnościowa |
| Specjalność | Social media i content marketing w biznesie |
| Osoba odpowiedzialna | dr Barbara Przywara |

1. Efekty uczenia się i sposób realizacji praktyki
   1. Cele praktyki

|  |  |
| --- | --- |
| C1 | ćwiczenie i rozwijanie umiejętności praktycznych związanych ze specyfiką studiowanej specjalności |

* 1. Przedmiotowe efekty uczenia się, z podziałem na umiejętności i kompetencje, wraz z odniesieniem do efektów uczenia się dla kierunku

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Lp. | Opis efektów uczenia się | Odniesienie do efektów uczenia się dla kierunku |
| Po zaliczeniu praktyki student w zakresie **umiejętności** | | |
| P\_U01 | posiada umiejętności organizacyjne pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją cyfrową w organizacji | K\_U07 |
| P\_U02 | potrafi w zaawansowanym stopniu wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informację z wykorzystaniem różnych źródeł | K\_U08 |
| P\_U03 | w rozszerzonym zakresie obsługiwać narzędzia (sprzęt i oprogramowanie) związane ze specyfiką studiowanej specjalności oraz posługiwać się fachową terminologią oraz wdrażać poznane teorie w praktyce | K\_U13 |
| P\_U04 | potrafi samodzielnie uzupełniać i doskonalić nabytą wiedzę i umiejętności | K\_U17 |

* 1. Wymiar godzin i liczba punktów ECTS

|  |  |
| --- | --- |
| Studia stacjonarne (ST) | |
| Wymiar godzin | Liczba punktów ECTS |
| 480 | 16 |
| Studia niestacjonarne (NST) | |
| Wymiar godzin | Liczba punktów ECTS |
| 480 | 16 |

* 1. Zalecane miejsca realizacji praktyki

Z racji specyfiki kierunku zalecane miejsca praktyk to:

- instytucje branży medialnej;

- działy marketingu/PR/promocji/reklamy/multimediów przedsiębiorstw, organizacji, fundacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, rządowych, partii politycznych, itp.;

- firmy branży e-commerce

- działy mediów społecznościowych przedsiębiorstw;

- firmy konsultingowe, doradcze ds. wizerunku i marketingu;

- agencje reklamowe, kreatywne, interaktywne, eventowe, PR;

- biura prasowe.

* 1. Korelacja pomiędzy efektami uczenia się, celami praktyki, a warunkami realizacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Cele  praktyki | Charakterystyka warunków realizacji (miejsce/zadanie) |
| P\_U01 | C1 | Miejsce: instytucje branży medialnej; działy marketingu / PR / promocji / reklamy / multimediów przedsiębiorstw, organizacji, fundacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, rządowych, partii politycznych, itp.; działy mediów społecznościowych przedsiębiorstw; firmy branży e-commerce; firmy konsultingowe, doradcze ds. wizerunku i marketingu; agencje reklamowe, kreatywne, interaktywne, eventowe, PR; biura prasowe.  Zadanie: zlecanie zadań pozwalających na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową |
| P\_U02 | C1 | Miejsce: instytucje branży medialnej; działy marketingu / PR / promocji / reklamy / multimediów przedsiębiorstw, organizacji, fundacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, rządowych, partii politycznych, itp.; działy mediów społecznościowych przedsiębiorstw; firmy branży e-commerce; firmy konsultingowe, doradcze ds. wizerunku i marketingu; agencje reklamowe, kreatywne, interaktywne, eventowe, PR; biura prasowe.  Zadanie: zlecanie studentowi przygotowania różnych form komunikatów, w których mógłby wykorzystać zdobytą wiedzę; angażowanie studenta w opracowanie i wdrożenie strategii, harmonogramów, planów, kampanii, projektów, programów i innych działań |
| P\_U03 | C1 | Miejsce: instytucje branży medialnej; działy marketingu / PR / promocji / reklamy / multimediów przedsiębiorstw, organizacji, fundacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, rządowych, partii politycznych, itp.; działy mediów społecznościowych przedsiębiorstw; firmy branży e-commerce; firmy konsultingowe, doradcze ds. wizerunku i marketingu; agencje reklamowe, kreatywne, interaktywne, eventowe, PR; biura prasowe.  Zadanie: zlecanie zadań wymagających rozszerzonej obsługi sprzętu i oprogramowania (pod nadzorem), właściwego dla stanowiska pracy, z jakim zapoznaje się student, przygotowanie materiałów/komunikatów wymagających podstawowej znajomości funkcji sprzętu oraz głównych funkcji oprogramowania. |
| P\_U04 | C1 | Miejsce: instytucje branży medialnej; działy marketingu / PR / promocji / reklamy / multimediów przedsiębiorstw, organizacji, fundacji, stowarzyszeń, jednostek samorządowych, rządowych, partii politycznych, itp.; działy mediów społecznościowych przedsiębiorstw; firmy branży e-commerce; firmy konsultingowe, doradcze ds. wizerunku i marketingu; agencje reklamowe, kreatywne, interaktywne, eventowe, PR; biura prasowe.  Zadanie: delegowanie studenta na spotkania z pracownikami instytucji, umożliwienie studentowi współpracy przy omawianiu bieżących zadań, zlecanie prac wymagających komunikowania się studenta z innymi z wykorzystaniem fachowej terminologii, zlecanie mu posługiwania się nią w miejscu odbywania praktyki. |

* 1. Metody weryfikacji efektów uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Kryterium oceny | Metoda  weryfikacji |
| P\_U01 | Stopień opanowania złożonych zadań pozwalających na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową | realizacja zadania praktycznego |
| P\_U02 | Stopień opanowania umiejętności wyszukiwania, analizowania, oceniania, selekcjonowania i użytkowania informacji z wykorzystaniem różnych źródeł, ze szczególnym uwzględnieniem mediów społecznościowych | realizacja zadania praktycznego |
| P\_U03 | Stopień opanowania obsługi narzędzi związanych ze specyfiką studiowanej specjalności oraz posługiwania się fachową terminologią | realizacja zadania praktycznego |
| P\_U04 | Stopień samodzielności wykonywanych zadań, organizacji pracy własnej | realizacja zadania praktycznego |

* 1. Kryteria oceny stopnia osiągnięcia efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Efekt  uczenia się | Na ocenę 2 student | Na ocenę 3 student | Na ocenę 4 student | Na ocenę 5 student |
| P\_U01 | Nie potrafi, nawet przy wydatnej pomocy opiekuna praktyk wykonywać zadań pozwalających na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową | potrafi, przy wydatnej pomocy opiekuna praktyk wykonywać zadania pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową | potrafi, przy niewielkiej pomocy opiekuna praktyk wykonywać zadania pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową | potrafi samodzielnie wykonywać zadania pozwalające na planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją marketingową |
| P\_U02 | Nie potrafi, nawet przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacji z wykorzystaniem różnych źródeł | potrafi, przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje z wykorzystaniem różnych źródeł | potrafi, przy niewielkiej pomocy opiekuna praktyki wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje z wykorzystaniem różnych źródeł | Potrafi samodzielnie wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować i użytkować informacje z wykorzystaniem różnych źródeł |
| P\_U03 | Nie potrafi, nawet przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki w rozszerzonym zakresie obsługiwać narzędzi (sprzęt i oprogramowanie) związanych ze specyfiką studiowanej specjalności ani posługiwać się fachową terminologią ani wdrażać poznanych teorii w praktyce | Potrafi, przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki w rozszerzonym zakresie obsługiwać narzędzia (sprzęt i oprogramowanie) związane ze specyfiką studiowanej specjalności oraz posługiwać się fachową terminologią oraz wdrażać poznane teorie w praktyce | Potrafi, przy niewielkiej pomocy opiekuna praktyki w rozszerzonym zakresie obsługiwać narzędzia (sprzęt i oprogramowanie) związane ze specyfiką studiowanej specjalności oraz posługiwać się fachową terminologią oraz wdrażać poznane teorie w praktyce, popełniając drobne błędy podczas stosowania znanych mu procedur, metod i narzędzi | Potrafi samodzielnie w rozszerzonym zakresie obsługiwać narzędzia (sprzęt i oprogramowanie) związane ze specyfiką studiowanej specjalności oraz posługiwać się fachową terminologią oraz wdrażać poznane teorie w praktyce, stosując efektywnie znane mu procedury, metody i narzędzia |
| P\_U04 | Nie potrafi, nawet przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki wykonywać poleconych mu zadań, ma problem z organizacją pracy własnej | Potrafi, przy wydatnej pomocy opiekuna praktyki wykonywać polecone mu zadania, organizować pracę własną | Potrafi samodzielnie wykonywać przydzielone mu zadania, właściwie organizuje sobie pracę, jednak popełnia drobne błędy przy wykonywaniu zleconych czynności | Potrafi samodzielnie i skutecznie wykonywać przydzielone mu zadania, właściwie organizuje sobie pracę |