## **RAMOWY PROGRAM PRAKTYK**

Indywidualny program praktyki ustala organizator praktyk. Powinien on umożliwiać poznanie jednostki, w której realizowana jest praktyka

**Ścieżka komunikacji promocyjnej**

1. zapoznanie się z miejscem realizowania praktyk zawodowych (redakcją, biurem rzecznika, agencją reklamową itp.) w zakresie:

– struktury organizacyjnej,

– organizacji pracy,

– zasad podległości służbowej,

– zadań poszczególnych komórek.

1. obserwacja warsztatu pracy wybranej osoby lub działu w zakresie:

– zdobywania informacji (ogólna charakterystyka źródeł),

– kreowania informacji w procesie kształtowania wizerunku,

– wyboru gatunku wypowiedzi i pracy nad tekstem informacyjnym, reklamowym lub dotyczącym public relations,

– zasad i praktyk współpracy pomiędzy różnymi komórkami i/lub przełożonymi a pracownikami;

1. poznanie ogólnych zasad redagowania tekstu informacyjnego i/lub wszelkich działań komunikacyjnych właściwych dla typu działalności prowadzonej w miejscu odbywania praktyki (np. w przypadku redakcji prasowej lub nowych mediów – programu telewizyjnego i radiowego oraz komponowania zawartości gazety lub programu); obserwację wszystkich etapów pracy nad kształtowaniem komunikatu;
2. samodzielne przygotowanie materiału informacyjnego lub projektu kampanii komunikacyjnej – odpowiednio do miejsca realizowania praktyk.

**Ścieżka doradztwa wizerunkowego i rzecznikowstwa**

1. ogólne zasady działań (komunikacyjnych i innych) właściwych dla miejsca odbywania praktyki;
2. czynności związane z kreowaniem wizerunku różnych instytucji (instytucji komercyjnych, organizacji pozarządowych itd.);
3. zarządzanie informacją; jej zdobywanie, analizowanie a/i tworzenie fortunnych oraz rzetelnych komunikatów – w tym tekstów reklamowych, informacyjnych i perswazyjnych;
4. planowanie, przygotowywanie i prowadzenie prezentacji publicznych, spotkań oraz konferencji prasowych;
5. współpraca z mediami i jej praktyczne aspekty.
6. rozwiązywanie sytuacji konfliktowych wewnątrz i na zewnątrz organizacji.

**Ścieżka negocjacji kryzysowych**

1. zapoznanie się ze sposobem wdrażania procedur dotyczących ochrony ładu prawnego i porządku publicznego;
2. zapoznanie się ze sposobem tworzenia koncepcji dotyczącej ewakuacji ludności i dóbr kultury w warunkach zagrożenia zewnętrznego, a także ewakuacji doraźnej społeczeństwa w warunkach zagrożenia kryzysowego;
3. zapoznanie się z metodami tworzenia oraz redagowaniu planu reagowania kryzysowego;
4. zapoznanie się ze sposobami rozwiązywania problemów zagrożenia bezpieczeństwa wywołanymi czynnikami naturalnymi, społecznymi i technicznymi;
5. nabycie wiedzy i umiejętności m.in. z zakresu: prognozowania zagrożeń, technik negocjacji oraz umiejętności miękkich;
6. nabycie wiedzy z zakresu organizowania logistycznego zabezpieczenia gotowości poszczególnych instytucji; zapoznanie się z procedurami organizowania imprez masowych i ich zabezpieczeniem;

**a także:**

1. zapoznanie się z procedurami przewidywania ewentualnych zagrożeń czasu pokoju i wojny i przeciwdziałania im, prognozowania możliwych zagrożeń naturalnych i spowodowanych przez człowieka;
2. zapoznanie się z zasadami bezpieczeństwa i higieny pracy obowiązującymi w jednostce organizacyjnej;
3. zapoznanie się z aktami prawnymi dotyczącymi podstaw prawnych funkcjonowania danej jednostki organizacyjnej;
4. zapoznanie się z przepisami prawnymi dotyczącymi zadań i kompetencji osób funkcyjnych w danej jednostce organizacyjnej;
5. zapoznanie się z przepisami prawnymi dotyczącymi ochrony informacji niejawnych i wiadomości prawnie chronionych, obowiązującymi w jednostce organizacyjnej;
6. zapoznanie się z techniką wykonywania dokumentacji na poszczególnych stanowiskach pracy i poprawnym jej prowadzeniem;
7. zapoznanie się z zadaniami jednostki w przypadku sytuacji kryzysowej, klęski żywiołowej, stanu wyjątkowego i wojny;
8. zdobycie umiejętności opracowywania indywidualnych aktów normatywnych, decyzji i postanowień, aktów kierownictwa wewnętrznego, projektów regulaminów;
9. poznanie systemów i technologii informacyjnych stosowanych przez zakład pracy;
10. asystowanie pracownikom jednostki w ich czynnościach zawodowych;
11. samodzielne wykonywanie określonych czynności.

**TERMINY REALIZOWANIA I ROZKŁAD GODZINOWY PRAKTYK**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Rok****akademicki** | **Rok****studiów** | **Semestr** | **Liczba godzin praktyk** |
| **2023/2024** | **I** | **1.** | **–** |
| **2.** | **120 godzin** |
| **2024/2025** | **II** | **3.** | **–** |
| **4.** | **120 godzin** |
| **2025/2026** | **III** | **5.** | **–** |
| **6.** | **480 godzin** |
| **Ogółem:** | **720 godzin** |

**MIEJSCA PRAKTYK**

Student komunikacji promocyjnej i kryzysowej, który wybrał **ścieżkę komunikacji promocyjnej**, praktyki zawodowe realizuje zwłaszcza w:

– środkach masowego przekazu (np. TVS, TVP Katowice, Radio CCM, Radio Em, „Dziennik Zachodni”, „Gazeta Wyborcza”, dzienniki miejskie);

– agencjach reklamowych;

– biurach badania opinii publicznej;

– biurach rzeczników prasowych (np. Zespół Pieśni i Tańca „Śląsk”);

– działach promocji jednostek urzędowych administracji publicznej (w tym Biuro Promocji i Karier UŚ);

– działach reklamy, marketingu firm i przedsiębiorstw;

– kancelariach parafialnych.

|  |  |
| --- | --- |
| **Instytucja** | **Strona www** |
| Ruch Chorzów SA | www.ruchchorzow.com.pl |
| Regionalny Ośrodek Kultury w Katowicach | www.rok.katowice.pl |
| Regionalny Ośrodek Kultury w Bielsku-Białej | www.rok.bielsko.pl |
| Zabytkowa Kopalnia Węgla Kamiennego w Zabrzu | www.kopalniaguido.pl |
| Muzeum Śląskie w Katowicach | www.muzeumslaskie.pl |
| Wydawnictwo Nowiny (kontakt przez ŚTM) | www.nowiny.pl |
| Zakłady Usługowe EZT SA (kontakt przez ŚTM) | www.ezt.pl |
| SIMPLE Sp. z o.o. | www.simplesoftware.pl |
| Fundacja Wiedzy i Dialogu Społecznego „Agere Aude” | www.agereaude.pl |
| Śląskie Towarzystwo Marketingowe | www.stm.pl |
| Instytucja Filmowa Silesia Film | www.silesiafilm.com |
| Teatr Rozrywki w Chorzowie | www.teatr-rozrywki.pl |
| Urząd Miasta Katowice Wydział Promocji | www.katowice.eu |
| Opera Śląska w Bytomiu | www.opera-slaska.pl |
| Urząd Miasta w Zabrzu Wydział Kontaktów Społecznych | www.um.zabrze.pl |
| Manufaktura Wiedzy „Estakada” Sp. z o.o. | www.mw-estakada.pl |
| Muzeum Zamkowe w Pszczynie | www.zamek-pszczyna.pl |
| Muzeum „Górnośląski Park Etnograficzny w Chorzowie | www.muzeumgpe-chorzow.pl |
| Wydziału Komunikacji Społecznej i Promocji Miasta Urzędu Miasta w Rudzie Śląskiej | www.rudaslaska.pl |
| Muzeum Górnośląskie w Bytomiu | www.muzeum.bytom.pl |
| Polska Press sp. z o.o. , Oddział Śląski w Sosnowcu „Dziennik Zachodni” |  |
| Biuro Reklamy, Marketingu i Promocji TVP Katowice | www.tvp.pl/katowice |
| TESTIMO | www.testimo.pl |
| Środowiskowy Dom Samopomocy Ośrodek św. Jacka Caritas Archidiecezji Katowickiej | www.katowice.caritas.pl/osrodek-sw-jacka |
| BE PERFECT | www.pozyskaj-klienta.pl |

Student komunikacji promocyjnej i kryzysowej, który wybrał **ścieżkę** **doradztwa wizerunkowego i rzecznikostwa** może realizować praktyki między innymi w następujących instytucjach:

– biura rzeczników prasowych (firm komercyjnych, instytucji non profit oraz non-governmental organization, projektów społecznych, jednostek władzy państwowej na różnych szczeblach: wojewódzkim, powiatowym, miejskim i gminnym);

– biura prasowe różnych podmiotów gospodarczych;

– działy promocji różnych instytucji, banków i firm, w fundacjach i organizacjach społeczno-użytecznych;

– agencje reklamowe;

– agencje public relations itp.

|  |  |
| --- | --- |
| **Instytucja** | **Strona www** |
| Ruch Chorzów SA | [www.ruchchorzow.com.pl](http://www.ruchchorzow.com.pl/) |
| Regionalny Ośrodek Kultury w Katowicach | [www.rok.katowice.pl](http://www.rok.katowice.pl/) |
| Regionalny Ośrodek Kultury w Bielsku-Białej | [www.rok.bielsko.pl](http://www.rok.bielsko.pl/) |
| Instytucja Filmowa Silesia Film | [www.silesiafilm.com](http://www.silesiafilm.com/) |
| Urząd Miasta Katowice Wydział Promocji | [www.katowice.eu](http://www.katowice.eu/) |
| Urząd Miasta w Zabrzu Wydział Kontaktów Społecznych | [www.um.zabrze.pl](http://www.um.zabrze.pl/) |
| Polska Press sp. z o.o., Oddział Śląski w Sosnowcu „Dziennik Zachodni” |  |
| Wydział Komunikacji Społecznej i Promocji Miasta Urzędu Miasta  w Rudzie Śląskiej | [www.rudaslaska.pl](http://www.rudaslaska.pl/) |
| „Sonia Draga” Spółka z o. o. | [www.soniadraga.pl](http://www.soniadraga.pl/) |

Student komunikacji promocyjnej i kryzysowej, który wybrał **ścieżkę** negocjacji kryzysowych realizuje praktyki
w placówkach, organizacjach, służbach zajmujących się bezpieczeństwem międzynarodowym, narodowym, wewnętrznym, zarządzaniem kryzysowym oraz bezpieczeństwem obywateli i porządkiem publicznym:
w administracji rządowej i samorządowej, przedsiębiorstwach państwowych i prywatnych, firmach doradczych
i konsultingowych, organizacjach pozarządowych współpracujących z administracją publiczną oraz w inspekcjach i strażach, ponadto w organizacjach międzynarodowych i instytucjach Unii Europejskiej.

|  |  |
| --- | --- |
| **Instytucja** | **Strona www** |
| Urząd Miasta w Zabrzu Wydział Kontaktów Społecznych | [www.um.zabrze.pl](http://www.um.zabrze.pl/) |
| Środowiskowy Dom Samopomocy Ośrodek św. Jacka Caritas Archidiecezji Katowickiej | [www.katowice.caritas.pl/osrodek-sw-jacka](http://www.katowice.caritas.pl/osrodek-sw-jacka) |
| Polska Press sp. z o.o. , Oddział Śląski w Sosnowcu „Dziennik Zachodni” |  |

W przypadku posiadania własnych pomysłów, po konsultacji z opiekunką praktyk, student może również podejmować praktyki w innym miejscu.