Imię i nazwisko studenta/studentki:

.................................................................................................................

Wydział: ..............................................................................................

Rok studiów: ....................................................................................

Kierunek: ...........................................................................................

Specjalność: .....................................................................................

**S K I E R O W A N I E**

Zgodnie z zawartym w dniu ……………………………………. porozumieniem o organizacji praktyki zawodowej studentów Uniwersytetu Śląskiego, kieruję:

Panią/ Pana: ……………………………………………………………………………………...........................................................................................................

do .........................................................................................................................................................................................................................

w celu zrealizowania praktyki zawodowej.

Efekty uczenia się wynikające z programu studiów, które student powinien osiągnąć podczas realizacji praktyki:

1. ma zaawansowaną wiedzę o naukach humanistycznych i społecznych w zakresie takich dziedzin jak językoznawstwo, wiedza o komunikacji, wiedza o mediach, wiedza o sztuce, kulturoznawstwo, socjologia, etyka i psychologia; [Kpik\_W01]
2. ma zaawansowaną wiedzę co do praktycznego zastosowania języka i wiedzy o komunikacji w działaniach promocyjno-reklamowych, do promocji treści w mediach oraz w rozwiązywaniu konfliktów; [Kpik\_W02]
3. zna terminologię w zakresie humanistyki i nauk społecznych związaną z wybranymi sferami działalności medialnej, kulturalnej, promocyjno-reklamowej oraz negocjacyjnej i rozumie miejsce nauk humanistycznych i społecznych w relacji do innych nauk; [Kpik\_W03]
4. ma wiedzę na temat systemu medialnego w Polsce i na świecie, struktury agencji promocyjnej, struktury redakcji gazet, rozgłośni radiowych i TV oraz zasad, jakimi się kierują i celów, które chcą osiągnąć; [Kpik\_W04]
5. ma wiedzę na temat metod i procedur wykorzystywanych w procesie zarządzania kryzysem, w negocjacjach i mediacjach; [Kpik\_W05]
6. ma wiedzę o człowieku, jego uwarunkowaniach psychologicznych i zasadach funkcjonowania w społeczeństwie; [Kpik\_W06]
7. ma wiedzę na temat prawnych uwarunkowań funkcjonowania redakcji, agencji promocyjnych, ośrodków interwencji kryzysowej oraz jednostek samorządowych i upowszechniania kultury, w tym dotyczących przede wszystkim prawa autorskiego; [Kpik\_W07]
8. ma wiedzę na temat ekonomicznych, w tym marketingowych, uwarunkowań działalności redakcji, agencji promocyjnych i jednostek samorządowych i upowszechniania kultury; [Kpik\_W08]
9. ma wiedzę na temat odbiorców reklamy i mediów, sposobów ich określania, językowej identyfikacji ich potrzeb oraz ewaluacji efektów działań promocyjnych; [Kpik\_W09]
10. zna i rozumie podstawowe pojęcia i zasady z zakresu ochrony własności przemysłowej i prywatnej oraz ma wiedzę o metodach i technikach pozyskiwania danych w działalności promocyjnej i komunikacji kryzysowej; [Kpik\_W10]
11. ma zaawansowaną wiedzę na temat wybranych teorii i metod naukowych, zna zagadnienia charakterystyczne dla wybranej dyscypliny nauki oraz rozumie jej związek z wiodącą dyscypliną kierunku studiów [MOB.2023\_W01]
12. ma zaawansowaną wiedzę na temat wybranych teorii i metod naukowych oraz zna zagadnienia charakterystyczne dla wybranej dyscypliny nauki w kontekście innych dyscyplin [OMU.2023\_W01]
13. potrafi wyszukiwać, analizować, oceniać, selekcjonować informacje czerpane z różnych źródeł, dotyczące działań promocyjnych w mediach oraz potrafi wykorzystać te informacje do konstruowania kampanii promocyjnych i działań projektowych [Kpik\_U01]
14. ma umiejętności w zakresie przeprowadzenia badań pozwalających na właściwą ocenę potrzeb odbiorców komunikatów bezpośrednich i za pośrednictwem mediów w komunikacji promocyjnej i sytuacji kryzysowej; [Kpik\_U02]
15. potrafi ocenić przydatność metod jakościowych i ilościowych do oceny skuteczności działań komunikacyjnych, perswazyjno-promocyjnych i negocjacyjnych oraz ma umiejętności w zakresie ewaluacji tychże działań; [Kpik\_U03]
16. potrafi wybrać i ocenić zadania priorytetowe, które najlepiej posłużą do realizacji zamierzonych celów; [Kpik\_U04]
17. ma umiejętność przygotowania wystąpienia ustnego i zaprezentowania wyników pracy przy użyciu właściwych argumentów merytorycznych i technik emocjonalnych; potrafi wyciągać właściwe wnioski. Potrafi brać udział w debacie – przedstawiać i oceniać różne opinie i stanowiska oraz dyskutować o nich; [Kpik\_U05]
18. ma umiejętność przygotowania typowych prac pisemnych dotyczących zagadnień szczegółowych, z wykorzystaniem ujęć teoretycznych w zakresie teorii komunikacji, promocji i negocjacji; potrafi wykorzystać tu takie źródła informacji jak internet, prasa fachowa, właściwa literatura fachowa; [Kpik\_U06]
19. ma umiejętności organizacyjne pozwalające na kierowanie, planowanie i realizację zadań związanych z komunikacją w sytuacjach kryzysowych przy wykorzystaniu mediów i w komunikowaniu bezpośrednim; [Kpik\_U07]
20. potrafi współdziałać w grupie, przyjmując w niej zarówno funkcje kierownicze, jak i podrzędno-wykonawcze; [Kpik\_U08]
21. umie samodzielnie zdobywać wiedzę i rozwijać swoje umiejętności w zakresie marketingu, promocji, komunikacji kryzysowej w sytuacjach bezpośredniej rozmowy oraz za pośrednictwem mediów; [Kpik\_U09]
22. rozumie potrzebę uczenia się przez całe życie; [Kpik\_U10]
23. komunikuje się z otoczeniem jasno i zrozumiale w języku obcym na poziomie B2 Europejskiego Systemu Opisu Kształcenia Językowego wykorzystując posiadaną wiedzę oraz terminologię [KJ.2023\_U]
24. stawia pytania i analizuje problemy badawcze oraz znajduje ich rozwiązania, wykorzystując wiedzę, umiejętności i zdobyte doświadczenia z zakresu wybranej dyscypliny nauki w powiązaniu z wiodącą dyscypliną studiowanego kierunku. Komunikuje rezultaty swojej pracy w sposób jasny i zrozumiały nie tylko dla specjalistów [MOB.2023\_U01]
25. ma zaawansowane umiejętności stawiania pytań badawczych i analizowania problemów lub ich praktycznego rozwiązywania na podstawie pozyskanej wiedzy oraz zdobytych doświadczeń i umiejętności z zakresu wybranej dyscypliny nauki w kontekście innych dyscyplin [OMU.2023\_U01]
26. jest przygotowany\_a do krytycznej oceny posiadanej wiedzy i odbieranych treści, ma świadomość znaczenia wiedzy oraz potrafi wykorzystać opinie ekspertów w rozwiązywaniu problemu; [Kpik\_K01]
27. jest gotów\_owa do uczestniczenia w życiu społecznym, korzystając z wybranych mediów i różnych form działania, a także do odpowiedzialnego dbania o dziedzictwo kulturowe regionu, kraju, Europy; [Kpik\_K02]
28. potrafi myśleć i działać w sposób przedsiębiorczy; [Kpik\_K03]
29. charakteryzuje się wrażliwością etyczną, empatią, otwartością, refleksyjnością oraz jest praktycznie przygotowany\_a do realizowania zadań zawodowych [Kpik\_K04]
30. jest gotów do wypełniania zobowiązań społecznych, współorganizowania działalności na rzecz środowiska społecznego oraz wykazuje się otwartością na pochodzące z nauki rozwiązania problemów poznawczych i praktycznych [MOB.2023\_K01]
31. uznaje i wykorzystuje wiedzę z różnych dziedzin oraz jest gotów do zmiany opinii w świetle naukowo potwierdzonych argumentów [OMU.2023\_K01]

……………….…………………………………………………..

Podpis opiekuna akademickiego praktyki lub Prodziekana ds. Kształcenia i  Studentów

Imię i nazwisko opiekuna akademickiego praktyki: …

Kontakt: (telefon, e-mail): …