

**RAMOWY PROGRAM PRAKTYK ZAWODOWYCH
na kierunku SOCJOLOGIA**

specjalność SOCJOLOGIA REKLAMY I KOMUNIKACJA SPOŁECZNA

I. RODZAJ REALIZOWANYCH PRAKTYK I CZAS ICH TRWANIA

1. Wymiar praktyk:

✓ 120 godz. (4 tyg.) po drugim roku studiów

2. Terminy zaliczenia praktyk

✓ po drugim roku studiów, w semestrze V

3. Miejsce praktyk: zaleca się by instytucjami przyjmującymi na praktyki były agencje reklamowe i Public Relations, ośrodki badania rynku i opinii publicznej, domy mediowe, redakcje radiowe, telewizyjne, prasowe i internetowe, deweloperzy gamingowi oraz organy administracji publicznej, organizacje pozarządowe i firmy mające w swojej strukturze organizacyjnej Działy Rekrutacji i Szkoleń (w których można zaznajomić się np. z techniczną stroną organizowania spotkań, negocjacji, szkoleń, konferencji opracowywania danych i ich weryfikacją), Działy Rozwoju Pracownika, Działy Promocji i Współpracy z Zagranicą, Biura Reklamy i Promocji czy Biura Prasowe (Rzecznika Prasowego), itp.

4. Czas trwania praktyk nie jest wliczany do liczby godzin zajęć kontaktowych w planie studiów.

II. IDEA (CELE) PRAKTYK

1. Cele ogólne:

Przewidziany w programie studiów sposób organizacji, plan oraz rozkład praktyk zawodowych służy:

- a) rozwijaniu umiejętności praktycznego wykorzystania wiedzy zdobytej na studiach;
- b) kształtowaniu umiejętności niezbędnych w przyszłej pracy zawodowej;
- c) przygotowaniu do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone mu zadania;
- d) stworzeniu dogodnych warunków do aktywizacji zawodowej na rynku pracy;
- e) zrealizowaniu efektów uczenia się wynikających z programu studiów specjalności: socjologia reklamy i komunikacja społeczna.

2. Cele szczegółowe:

- 1) Realizacja kształcenia poprzez bezpośrednie zdobywanie doświadczeń, stanowiących ważny element procesu przygotowania do zawodów związanych z reklamą i komunikacją społeczną, w tym:
 - a) zapoznanie ze strukturą i organizacją placówek, w których student/ka odbywa praktyki (systemem komunikacji i obiegu informacji; rodzajem świadczonych usług, organizacją pracy w tym regulaminem instytucji, statutem przepisami min. BHP),
 - b) rodzajem świadczonych usług,
 - c) kompetencjami placówki/branży wynikającymi z przepisów prawa,
 - d) specyfiką PR-u wewnętrznego i zewnętrznego firmy,
 - e) zapotrzebowaniem rynku pracy na usługi świadczone przez firmę
 - f) stopniem zaspokojenia przez placówkę potrzeb beneficjentów/klientów;
- 2) Nabycie wiedzy i umiejętności praktycznych wykorzystywanych w komunikacji marketingowej, politycznej, medialnej i komunikacji w organizacji poprzez:
 - a) aktywne uczestnictwo w działaniach podejmowanych w placówkę,

- b) nawiązywanie kontaktów zawodowych z ekspert(k)ami w zakresie reklamy i komunikowania społecznego;
 - c) poznawanie metod i technik komunikacyjnych wykorzystywanych w firmie.
- 3) Wykorzystanie i weryfikacja zdobytej wiedzy teoretycznej w działaniach praktycznych podejmowanych w obszarze reklamy i komunikowania społecznego, w tym:
- a) współdziałanie w rozpoznawaniu zadań i problemów stawianych przez firmę,
 - b) doskonalenie umiejętności pracy własnej poprzez wykorzystanie wiedzy zdobytej podczas studiów w praktyce.
- 4) Zacieśnienie współpracy między uczelnią a pracodawcami.
- 5) Przygotowanie do samodzielności i odpowiedzialności za powierzone zadania.

III. ZADANIA STUDENTA/TKI ODBYWAJĄCEGO/EJ PRAKTYKI

1. Zapoznanie się ze specyfiką funkcjonowania instytucji organizującej praktykę zawodową w tym:

- a) strukturą i organizacją pracy;
- b) obowiązkami pracowników;
- c) charakterem świadczonych usług;
- d) profilem klientów/beneficjentów;
- e) metodami i technikami komunikacyjnymi;
- f) standardami etycznymi.

2. Zdobywanie, ulepszanie i rozwijanie umiejętności praktycznych poprzez:

- a) obserwację komunikacji wewnętrznej i komunikacji z otoczeniem instytucji;
- b) bezpośredni kontakt z klientami/beneficjentami instytucji;
- c) udział w realizacji działaniach podejmowanych przez pracowników;
- d) udział w przygotowywaniu dokumentacji związanej z profesjonalnymi działaniami w instytucji;
- e) współdziałanie w rozwiązywaniu zadań wyznaczanych do wykonania w ramach instytucji;
- f) współpracę ze specjalistami zatrudnionymi w firmie.

IV. ZASADY REALIZACJI PRAKTYK ZAWODOWYCH

1. W trakcie trwania praktyki zawodowej student/tka powinien/powinna:

- a) asystować w pracy wykonywanej przez Instruktora praktyki w placówce;
- b) wykonywać zadania zlecone przez Instruktora praktyki lub przez innych pracowników zatrudnionych w placówce, w zakresie rozwijającym przygotowanie do zawodu;
- c) stosować się do norm i zasad obowiązujących w placówce;
- d) respektować zasadę poufności przy dostępie do dokumentacji objętej ochroną danych osobowych, zgodnie z obowiązującą w danej jednostce polityką bezpieczeństwa informacji;
- e) aktywnie uczestniczyć w działaniach instytucji, w której odbywa praktykę;
- f) aktywnie uczestniczyć w działaniach na rzecz instytucji, w której odbywa praktykę;
- g) gromadzić dobre praktyki celem wykorzystania ich w swojej karierze zawodowej;
- h) wykonać **zadania wymagające zaliczenia**¹:
 - ✓ sporządzić **raport** z przebiegu praktyki zawodowej (*załącznik 5 do Regulaminu praktyk*);

¹ Dokumentacja wykonywanych zadań jest gromadzona przez każdego studenta/tkę w *teczce praktyki*.

- ✓ dostarczyć do Opiekuna akademickiego praktyk **kartę ocen** uzyskanych w miejscu realizacji praktyki (oceny dokonuje Instruktor praktyki w placówce – *załącznik 6 do Regulaminu praktyk*)
- ✓ przygotować **sprawozdanie** z praktyk obejmujące ocenę przydatności zdobytej w ramach praktyk wiedzy i umiejętności (przedstawiane Opiekunowi akademickiemu praktyk – *załącznik 7 do Regulaminu praktyk*)

V. MIEJSCA, W KTÓRYCH MOŻNA ODBYĆ PRAKTYKI ZAWODOWE:

Studentka/student może odbywać praktyki w:

- a) instytucjach medialnych (agencje reklamowe, deweloperzy gamingowi, domy mediowe, mass media);
- b) organach administracji publicznej (wydziały komunikacji społecznej, promocji itp.);
- c) organizacjach pozarządowych (profil zbieżny ze specjalnością);
- d) przedsiębiorstwach (PR, rzecznictwo, dział współpracy z klientem).
- e) Innych miejscach, po uzgodnieniu z Opiekunem akademickim praktyk.

VI. TOK PRAKTYK ZAWODOWYCH

- a) Student/ka ma prawo wyboru miejsca realizacji praktyk zawodowych spośród wymienionych w punkcie V.
- b) Student/tka zgłasza się do określonej placówki w celu podpisania **porozumienia o organizacji praktyki zawodowej** (*załącznik 1 do Regulaminu praktyk*) (porozumienie jest wpiętych podpisywane przez Kierownika placówki, a później przez Prodziekana ds. Kształcenia i Studentów Wydziału Nauk Społecznych UŚ).
- c) Opiekun akademicki praktyk przygotowuje **skierowanie** do wybranej przez studenta/tkę placówki (*załącznik 3 do Regulaminu praktyk*).
- d) Student/ka jest zobowiązany/a do podpisania **oświadczenia** dotyczącego respektowania przepisów obowiązujących w danej placówce, w tym regulaminu i dyscypliny pracy, przepisów bhp, o ochronie danych niejawnych i danych osobowych (*załącznik 4 do Regulaminu praktyk*). Jeśli placówka wymaga przejścia dodatkowej procedury w zakresie ochrony danych osobowych, student/tka jest zobowiązany/a do jej wypełnienia.
- e) Kierownik placówki wyznacza **Instruktora praktyki**, z którym student/ka ustala szczegółowy harmonogram odbywania praktyki.
- f) Pierwszy dzień student/ka poświęca na zwiedzenie placówki, poznanie jej struktury organizacyjnej, wyposażenia i rodzajów prowadzonej dokumentacji. W czasie kolejnych dni student/ka pracuje w charakterze asystenta Instruktora praktyk lub wyznaczonej przez Instruktora osoby, zwiększając swój udział w działaniach podejmowanych w placówce na rzecz bezpośredniej pracy.
- g) Przebieg praktyki student/ka zapisuje w **raporcie z realizacji praktyki** (*załącznik 5 do Regulaminu praktyk*).
- h) Zakończenie praktyki obejmuje **podsumowanie** dokonywane przez Kierownika placówki lub Instruktora praktyki wraz z wystawieniem studentowi/tce **oceny** za praktykę (*załącznik 6 do Regulaminu praktyk*).
- i) Po zakończeniu praktyki student/ka jest zobowiązany/a do wyrażenia **opinii** dotyczącej realizacji praktyki, które przekazuje **Opiekunowi akademickiemu praktyk** w Uniwersytecie Śląskim (*załącznik 7 do Regulaminu praktyk*).
- j) Dokumenty dotyczące praktyk studenci składają w teczkach opisanych imieniem, nazwiskiem i rokiem studiów, w terminie wynikającym z harmonogramu sesji, z możliwością złożenia ich wcześniej, jeśli praktyka jest już zakończona.
- k) Praktyki zawodowe odbywają się w przerwie międzysemestralnej. Dopuszczalna jest realizacja praktyki w trakcie trwania roku akademickiego poprzez przeznaczanie na praktykę wybranych dni, nie kolidujących z harmonogramem zajęć na studiach, z zastrzeżeniem § 3, pkt. 1,

Regulaminu praktyk zawodowych na kierunku socjologia, specjalność socjologia reklamy i komunikacja społeczna.

- l) Warunkiem zaliczenia praktyki jest wypełnienie obowiązków wynikających z niniejszej instrukcji oraz przedłożenie Opiekunowi akademickiemu praktyk w UŚ następujących dokumentów:
 - ✓ raport z przebiegu praktyki zawodowej (*załącznik 5*)
 - ✓ opinia Kierownika placówki / Instruktora praktyki wraz z oceną (*załącznik 6*)
 - ✓ opinia dotycząca realizacji praktyk (*załącznik 7*)
- m) Student/ka może ubiegać się o zwolnienie w całości lub w części z obowiązku odbycia praktyki na podstawie udokumentowanej pracy zawodowej w kraju lub za granicą lub udokumentowanej nieodpłatnej formy zatrudnienia (*załącznik 8 do Regulaminu praktyk*)

Zasady realizacji praktyk zawodowych kierunków prowadzonych w Uniwersytecie Śląskim regulują przepisy dostępne pod adresem: <https://us.edu.pl/student/studia/praktyki-studenckie/>