*Załącznik nr 4 do Zarządzenia Nr RD/Z.0201-…………..*

# **KARTA KURSU**

**Kierunek: Media Content & Creative Writing**

**Studia II stopnia, semestr 3**

**Studia stacjonarne**

|  |  |
| --- | --- |
| Nazwa | Praktyka zawodowa w agencji reklamowej, wydawnictwie lub instytucji kultury |
| Nazwa w j. ang. | Work placements in advertising agency, publishing house or cultural institution |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Koordynator | dr Barbara Szymczak-Maciejczyk | Zespół dydaktyczny |
| Katedra Literatury Dawnej i Edytorstwa |
|  |  |
| Punktacja ECTS\* | 5, zal. |

Opis kursu (cele kształcenia)

|  |
| --- |
| Celem praktyki jest zapoznanie osób studiujących ze specyfiką pracy w agencjach reklamowych, wydawnictwach i współczesnych instytucjach kultury oraz doskonalenie wiedzy, umiejętności i kompetencji niezbędnych do pracy w tego typu zakładach. |

Warunki wstępne

|  |  |
| --- | --- |
| Wiedza | Osoba studiująca orientuje się we współczesnym życiu kulturalnym. |
| Umiejętności | Osoba studiująca wyszukuje, ocenia i selekcjonuje informacje przydatne w zdobywaniu i pogłębianiu przez całe życie wiedzy z zakresu literaturoznawstwo, językoznawstwa, nauk o kulturze i religii oraz nauk o komunikacji społecznej i mediach. |
| Kursy | Kursy w ramach programu 1 roku studiów II stopnia |

Efekty uczenia się

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Wiedza | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| W01 Osoba studiująca ma pogłębioną wiedzę na temat wybranych zagadnień z zakresu językoznawstwa, medioznawstwa, komunikacji społecznej, komunikacji wizualnej.  W02 Osoba studiująca ma pogłębioną wiedzę na temat podstawowych zasad funkcjonowania współczesnego rynku pracy oraz tworzenia i rozwoju różnych form przedsiębiorczości związanej z rynkiem wydawniczym i animacją mediów społecznościowych. | K\_W5  K\_W10 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Umiejętności | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| U01 Osoba studiująca potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu formułowania i rozwiązywania złożonych i nietypowych problemów badawczych, poprzez właściwy dobór źródeł i informacji, ich ocenę, krytyczną analizę, syntezę i twórczą interpretację.  U02 Osoba studiująca potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu kreowania spójnego i korzystnego wizerunku firmy, marki, instytucji kultury itp.  U03 Osoba studiująca potrafi wykorzystać posiadaną wiedzę w celu planowania i realizacji strategii komunikacji wewnętrznej i zewnętrznej organizacji. | K\_U1  K\_U5  K\_U6 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Kompetencje społeczne | Efekt uczenia się dla kursu | Odniesienie do efektów kierunkowych |
| K01 Osoba studiująca ma świadomość konieczności uczenia się przez całe życie; ma poczucie odpowiedzialności za swój rozwój zawodowy; projektuje ścieżkę własnego rozwoju; jest gotów do krytycznej oceny posiadanej wiedzy oraz własnych umiejętności.  K02 Osoba studiująca jest gotowa do wypełniania zobowiązań społecznych, inicjowania działań na rzecz interesu publicznego, myślenia i działania w sposób przedsiębiorczy.  K03 Osoba studiująca jest gotowa do odpowiedniego pełnienia ról zawodowych i zespołowych. | K\_K1  K\_K2  K\_K3 |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Organizacja | | | | | | | | | | | | | |
| Forma zajęć | Wykład  (W) | Ćwiczenia w grupach | | | | | | | | | | | |
| A |  | K |  | L |  | S |  | P |  | E |  |
| Liczba godzin |  |  | |  | |  | |  | | 60 | |  | |
|  |  |  | |  | |  | |  | |  | |  | |

Opis metod prowadzenia zajęć

|  |
| --- |
| Praktyki realizowane są w formie ciągłej w trakcie pierwszych dwóch tygodni semestru letniego. W wyjątkowych przypadkach termin może ulec zmianie po wcześniejszym ustaleniu tego z Kierownikiem Praktyk. Opiekun/ka praktyk ze strony zakładu wyznacza osobie studiującej zakres obowiązków, który musi pokrywać się z programem praktyk. |

Formy sprawdzania efektów uczenia się

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | E – learning | Gry dydaktyczne | Ćwiczenia w szkole | Zajęcia terenowe | Praca laboratoryjna | Projekt indywidualny | Projekt grupowy | Udział w dyskusji | Referat | Praca pisemna (esej) | Egzamin ustny | Egzamin pisemny | Inne |
| W01 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |
| W02 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |
| U01 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |
| U02 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |
| K01 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |
| K2 |  |  |  | x |  | X | x |  |  |  |  |  |  |

|  |  |
| --- | --- |
| Kryteria oceny | Zaliczenie wpisywane jest po odbyciu praktyk i dostarczeniu kompletu dokumentów​ (porozumienie, opinia ze stronu zakładu, sprawozdanie, ankieta ewaluacyjna, oświadczenie RODO). Szczegółowe informacje znajdują się w Informatorze o praktykach studenckich na stronie Instytutu Filologii Polskiej.  Osoby studiujące w trybie niestacjonarnym i jednocześnie pracujące w instytucji kultury lub instytucji medialnej mogą ubiegać się o zwolnienie z odbywania praktyki, po wcześniejszym ustaleniu tego z opiekunką praktyki (przedstawienie umowy o pracę oraz opinii ze strony zakładu, a także dokładnego zakresu obowiązków). |

|  |  |
| --- | --- |
| Uwagi | Nieprzekraczalny czas zaliczenia praktyk dla 2 roku studentów/ek II stopnia studiów stacjonarnych i niestacjonarnych to koniec zimowej sesji egzaminacyjnej. |

Treści merytoryczne (wykaz tematów)

|  |
| --- |
| Zadania i aktywności realizowane w ramach praktyk studenckich muszą zgadzać się z programem praktyk (patrz: załącznik do porozumienia) |

Wykaz literatury podstawowej

|  |
| --- |
| Beliczyński J., *Zarządzanie reklamą. Pomocnicze materiały dydaktyczne*, Kraków 2004.  Dobrzański K., Wartecki A., *Wybrane zagadnienia organizacji i zarządzania instytucjami kultury*, Poznań 2004.  Dąbała J., Tajemnica i suspens. Wokół głównych problemów creative writing, Lublin 2004.  Dragićević-Šešić M., Stojković B., *Kultura: zarządzanie, animacja, marketing*, Warszawa 2010. Śliwa M., *Strategie dla kultury. Kultura dla rozwoju. Zarządzanie strategiczne instytucją kultury*, Kraków 2011. Kwarciak B., *Co trzeba wiedzieć o reklamie*, Kraków 1999.  Wróblewski Ł., *Strategie marketingowe w instytucjach kultury*, Warszawa 2012. *Zarządzanie w instytucjach kultury*, Ł. Wróblewski (red.), Warszawa 2014. |

Wykaz literatury uzupełniającej

|  |
| --- |
| Wybrane artykuły ukazujące się na łamach czasopisma „Zarządzanie w kulturze”: <http://www.ejournals.eu/Zarzadzanie-w-Kulturze/> |

Bilans godzinowy zgodny z CNPS (Całkowity Nakład Pracy Studenta)

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| liczba godzin w kontakcie z prowadzącymi | Wykład | - |
| Konwersatorium (ćwiczenia, laboratorium itd.) | 60 |
| Pozostałe godziny kontaktu studenta z prowadzącym | 15 |
| liczba godzin pracy studenta bez kontaktu z prowadzącymi | Lektura w ramach przygotowania do zajęć | 40 |
| Przygotowanie krótkiej pracy pisemnej lub referatu po zapoznaniu się z niezbędną literaturą przedmiotu | - |
| Przygotowanie projektu lub prezentacji na podany temat (praca w grupie) | - |
| Przygotowanie do egzaminu/zaliczenia | 10 |
| Ogółem bilans czasu pracy | | 125 |
| Liczba punktów ECTS w zależności od przyjętego przelicznika | | 5 |