

Uczelnia	Akademia Finansów i Biznesu Vistula
Wydział	Sztuki, Techniki i Komunikacji
Poziom studiów	I stopnia
Kierunek studiów	Dziennikarstwo i komunikacja społeczna (nabór od r. ak. 2020/2021)
Specjalność	1. dziennikarstwo biznesowe 2. dziennikarstwo mediów społecznościowych
Forma studiów	– Stacjonarne – Niestacjonarne
Profil kształcenia	Praktyczny
PROGRAM ZAWODOWYCH PRAKTYK STUDENCKICH	
Podstawa prawna odbywania praktyki	
<ol style="list-style-type: none"> 1. Ustawa z dnia 20 lipca 2018 r. – Prawo o szkolnictwie wyższym (Dz.U. 2018 poz. 1668, z późn. zm.), 2. Zarządzenia Nr 1/04/2020 Rektora Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie z dnia 1 kwietnia 2020 roku w sprawie Regulaminu zawodowych praktyk studenckich Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie, 3. Uchwała Nr 4/30.09/2014 Senatu Akademii Finansów i Biznesu Vistula z dnia 30 września 2014 roku w sprawie określenia warunków zwalniania studenta z obowiązków odbycia praktyki zawodowej 4. Regulamin studiów Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie, 5. Program kształcenia. 	
Rodzaj i czas trwania (liczba tygodni i godzin) oraz rok/semestr studiów	
Czas trwania praktyki – 6 miesięcy 750 godz., rok II i III, sem. 4-6	
Miejsce odbywania (rodzaj instytucji, działu/działów, w których będą odbywać się praktyki)	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ media: redakcje dzienników i czasopism / drukowane i on-line/, radio, telewizja / publiczne i komercyjne/ ✓ działy marketingu, public relations, komunikacji korporacyjnej wybranych firm, agencje reklamowe, biura turystyczne ✓ media internetowe prowadzone przez organizacje pozarządowe ✓ Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji: dział promocji, medialna obsługa imprez 	

Cele w obszarze **wiedzy**

Celem zawodowych praktyk studenckich jest stworzenie studentom możliwości kontaktu zawodowego i zapoznania ich z podstawowymi aspektami pracy zawodowej w różnych instytucjach. Celem jest stworzenie możliwości poznania i zrozumienia zmian w dziennikarstwie i komunikowaniu pod wpływem Internetu i nowych technologii, oraz zdobycie wiedzy dotyczącej tradycyjnych i nowych gatunków dziennikarskich. Student ma możliwość zapoznania się z ogólnym funkcjonowaniem instytucji medialnych.

Cele w obszarze **umiejętności:**

Celem zawodowych praktyk studenckich jest poszerzenie fachowej wiedzy dziennikarskiej w specjalistycznych placówkach medialno-dziennikarskich w różnych obszarach komunikacji społecznej z wykorzystaniem najnowszych technologii medialnych, oraz zdobycie i utrwalenie praktycznych umiejętności w zakresie warsztatu dziennikarskiego: prasa, radio, telewizja, Internet, zdobycie umiejętności praktycznego wykorzystania technik klasycznego dziennikarstwa: retoryka, erystyka, debata, umiejętność pracy pod presją czasu, podstawy zachowania przed kamerą i mikrofonem, umiejętności korekty stylistycznej i scenariuszowej w bieżącej pracy redakcyjnej.

Cele w obszarze **kompetencji społecznych:**

Celem zawodowych praktyk studenckich jest osiągnięcie krytycznego i zobiektywizowanego stosunku do własnej pracy i osiągnięć grupowych, otwartość na innowacje, współpraca w grupie z twórczym wykorzystaniem osiągnięć partnerów, tolerancja i dystans uwzględniające odmienne przekonania religijne, obyczajowe, społeczne, polityczne, różnice kulturowe.

Zadania i obowiązki praktykanta

Podstawowym zadaniem uczestnika praktyk jest realizacja zamierzonych celów z uwzględnieniem specyfiki mediów oraz osiągnięcie efektów kształcenia w obszarach wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych, zgodnie ze specjalnością.

Student ma możliwość wyboru trybu realizacji praktyk:

1. Praktyka obejmująca 750 godzin zrealizowanych w wybranym przez studenta medium, dziale marketingu lub organizacji zaakceptowanym przez dyrektora programu na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
2. Praktyka obejmująca prace redakcyjne i marketingowe w Akademii Finansów i Biznesu Vistula.

Wybór trybu praktyk wymaga akceptacji Kierunkowego Opiekuna Zawodowych Praktyk Studenckich.

Szczegółowe cele zawodowych praktyk studenckich:

1. Ogólna praktyka dla kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna
 - praktyczne zastosowanie wiedzy i umiejętności zdobytych w trakcie studiów
 - specjalizacja warsztatowa oparta o doświadczenie redakcyjne

- praktyczne umiejętności organizacyjne związane z funkcjonowaniem redakcji
- doświadczenie dotyczące rzeczywistych zasad funkcjonowania mediów, podstawy krytyki medialnej, znajomość rynku medialnego
- praktyka w zakresie reklamy i marketingu mediów

2. Specjalność: dziennikarstwo biznesowe

- praktyka rozwijająca umiejętności poruszania się na rynku mediów podejmujących tematykę gospodarczą
- poszerzenie źródłowej podstawy informacyjnej, umiejętność wszechstronnego korzystania z agencji informacyjnych i multimediów w zakresie funkcjonowania gospodarki
- umiejętności krytycznej oceny materiałów medialnych, opisujących problematykę gospodarczą.

3. Specjalność: media społecznościowe

- praktyka rozwijająca umiejętności poruszania się na rynku mediów społecznościowych
- praktyka rozwijająca umiejętności tworzenia stron internetowych, a także korzystania z narzędzi stosowanych w mediach społecznościowych
- umiejętności wykorzystania multimedialnych możliwości mediów społecznościowych.

Podstawa i warunki zaliczenia praktyki

Warunki zaliczenia praktyki określa §12, punkt 1 Regulaminu zawodowych praktyk studenckich AFiB Vistula. :

- 1) odbycie praktyk w ustalonym terminie;
- 2) wykonanie zadań przewidzianych w programie praktyk;
- 3) przedłożenie umowy o organizację zawodowych praktyk studenckich;
- 4) przedłożenie Kierunkowemu Opiekunowi Zawodowych Praktyk Studenckich dokumentu potwierdzającego odbycie praktyki:
 - a) zaświadczenia o odbyciu praktyk – w przypadku studentów odbywających praktyki zorganizowane w formie określonej w § 8 ust. 2 pkt 1-2 - zgodnego z wzorem stanowiącym Załącznik nr 6 do niniejszego Regulaminu,
 - b) dokumentów wskazanych w stosownej uchwale senatu Uczelni – w przypadku studentów odbywających praktyki zorganizowane w formie określonej w § 8 ust. 2 pkt 3-5.
- 5) przedłożenie sprawozdania z przebiegu praktyk, w postaci Dzienniczka zawodowych praktyk studenckich, zgodnego z wzorem stanowiącym Załącznik nr 5 do niniejszego Regulaminu, opatrzonego pieczęcią Zakładu Pracy i podpisanego przez przedstawiciela Zakładu Pracy;
- 6) akceptacja sprawozdania przez Kierunkowego Opiekuna Zawodowych Praktyk Studenckich.

Regulacje dotyczące zwolnienia z praktyk, niezaliczenia praktyk, odwołania z praktyk

1. Regulamin Zawodowych Praktyk Studenckich Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie §12 Warunki zaliczenia praktyk
2. Uchwała NR 4/30.09/2014 Senatu Akademii Finansów i Biznesu Vistula z dnia 30 września 2014 roku w sprawie określenia warunków zwalniania studenta z obowiązków odbycia praktyki zawodowej

Zasady realizacji zawodowych praktyk studenckich na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna

1. Zasady realizacji studenckich praktyk zawodowych na kierunku Dziennikarstwo i komunikacja społeczna, określone zostały na podstawie Regulaminu zawodowych praktyk studenckich AFiB Vistula.

(Zarządzenie Nr 1/04/2020 Rektora Akademii finansów i Biznesu Vistula w Warszawie z dnia 1 kwietnia 2020 r. w sprawie wprowadzenia Regulaminu zawodowych praktyk studenckich w Akademii Finansów i Biznesu Vistula w Warszawie)

2. Celem praktyk na kierunku jest:

a) stworzenie studentom możliwości kontaktu zawodowego i zapoznania ich z podstawowymi aspektami pracy zawodowej w różnych instytucjach, a w szczególności stworzenie możliwości poznania i zrozumienia zmian w dziennikarstwie i komunikowaniu pod wpływem Internetu i nowych technologii, oraz zdobycie wiedzy dotyczącej tradycyjnych i nowych gatunków dziennikarskich.

b) poszerzenie fachowej wiedzy dziennikarskiej w specjalistycznych placówkach medialnych w różnych obszarach komunikacji społecznej z wykorzystaniem najnowszych technologii medialnych, oraz zdobycie i utrwalenie praktycznych umiejętności w zakresie warsztatu dziennikarskiego: prasa, radio, telewizja, Internet, zdobycie umiejętności praktycznego wykorzystania technik klasycznego dziennikarstwa: retoryka, erystyka, debata, umiejętność pracy pod presją czasu, podstawy zachowania przed kamerą i mikrofonem, umiejętność korekty stylistycznej i scenariuszowej w bieżącej pracy redakcyjnej.

c) osiągnięcie krytycznego i zobiektywizowanego stosunku do własnej pracy i osiągnięć grupowych, otwartość na innowacje, współpraca w grupie z twórczym wykorzystaniem osiągnięć partnerów, tolerancja i dystans uwzględniające odmienne przekonania religijne, obyczajowe, społeczne, polityczne, różnice kulturowe.

3. Szczegółowe cele praktyk związane są ze specjalizacjami i dotyczą:

a) w przypadku dziennikarstwa biznesowego: rozwijania umiejętności poruszania się na rynku mediów podejmujących tematykę gospodarczą, poszerzenie źródłowej podstawy informacyjnej, umiejętność wszechstronnego korzystania z agencji informacyjnych i multimediów w zakresie funkcjonowania gospodarki, umiejętności krytycznej oceny materiałów medialnych, opisujących problematykę gospodarczą.

b) w przypadku mediów społecznościowych: rozwijająca umiejętności poruszania się na rynku mediów społecznościowych, rozwijająca umiejętności tworzenia stron internetowych, a także korzystania z narzędzi stosowanych w mediach społecznościowych, umiejętności wykorzystania multimedialnych możliwości mediów społecznościowych.

4. Możliwe miejsca lub instytucje realizacji praktyk to:

a) media: redakcje dzienników i czasopism (drukowane i on-line), media internetowe, radio, telewizja (publiczne i komercyjne),

b) działy marketingu, public relations i komunikacji korporacyjnej wybranych firm, agencje reklamowe, biura turystyczne,

c) media internetowe prowadzone przez organizacje pozarządowe

d) Akademia Finansów i Biznesu Vistula, Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji: dział promocji, medialna obsługa imprez.

5. Metody i sposoby weryfikacji efektów uczenia się związanych z realizacją praktyk zależą od miejsca realizacji praktyk.

a) w przypadku mediów – teksty i materiały napisane lub zrealizowane wspólnie lub z innymi dziennikarzami, opublikowane lub nieopublikowane,

b) w przypadku działów marketingu czy agencji reklamowych – realizacja zadań stawianych przez przełożonych, a w szczególności posty w mediach społecznościowych,

c) w mediach internetowych prowadzonych przez organizacje pozarządowe – teksty i materiały napisane lub zrealizowane wspólnie lub z innymi dziennikarzami, opublikowane lub nieopublikowane, jak również posty w mediach społecznościowych,

d) w dziale promocji i medialnej obsłudze imprez AFiB Vistula – realizacja zadań stawianych przez przełożonych, a w szczególności teksty i materiały napisane lub zrealizowane oraz posty w mediach społecznościowych.

6. Wątpliwości związane z miejscem praktyk oraz metodami i sposobami weryfikacji efektów uczenia się związanych z praktykami rozstrzyga Kierunkowy Opiekun Zawodowych Praktyk Studenckich.