

**Uchwała nr 35/2024**  
**Rady Akademickiej Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW**  
**z dnia 12 czerwca 2024 r.**

w sprawie uchwalenia Regulaminu odbywania praktyki studenckiej na kierunku komunikacja wizerunkowa studia pierwszego stopnia profil praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim 2024/2025 i kolejnych

Działając na podstawie § 24 ust. 1 pkt 3 lit. a Statutu Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu, Rada Akademicka uchwała Regulamin odbywania praktyki studenckiej na kierunku komunikacja wizerunkowa studia pierwszego stopnia profil praktyczny przez studentów rozpoczynających kształcenie w roku akademickim 2024/2025 i kolejnych, stanowiący załącznik do niniejszej uchwały.

Przewodniczący Rady Akademickiej

prof. dr hab. Edward Czapiewski

**PROGRAM I REGULAMIN PRAKTYK  
na kierunku komunikacja wizerunkowa  
studia pierwszego stopnia  
profil praktyczny**

**dla cyklu rozpoczynającego się od roku akademickiego 2024/2025**

**Wymiar, zasady i formy odbywania praktyk zawodowych**

**1. Cele praktyk**

Przez praktykę należy rozumieć przewidziany programem studiów okres przeznaczony na poszerzenie wiedzy oraz doskonalenie praktycznych umiejętności i kompetencji społecznych studenta w Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Zasadniczym celem praktyk jest:

- poznanie instytucji przyjmującej na praktykę oraz zaznajomienie się studenta/studentki ze specyfiką pracy w tej instytucji szczególnie w zakresie tworzenia i dystrybuowania treści w przestrzeni medialnej;
- umożliwienie zastosowania w praktyce wiedzy i umiejętności zdobywanych podczas zajęć na uczelni;
- praktyczne zastosowanie wiedzy na temat procesu tworzenia przekazu medialnego (uwarunkowań jej wykorzystywania, sprzętu stosowanego w danej instytucji, praktykowanych formatów medialnych) oraz rozwijania umiejętności tworzenia różnych projektów medialnych;
- rozpoznawanie metod i technik komunikowania się wykorzystywanych w organizacjach gospodarczych, politycznych i społecznych oraz oczekiwań tych organizacji wobec specjalistów tworzących content medialny na ich potrzeby;
- rozwijanie kompetencji zawodowych typowych dla specjalisty od komunikacji wizerunkowej.
- praktyczne przygotowanie do aktywności zawodowej w branży medialnej.

**2. Miejsca, w których studenci/studentki mogą odbyć praktykę:**

- agencje reklamowe, agencje namingowo-brandingowe, domy mediowe;
- agencje eventowe
- działy marketingu i komunikacji w firmach
- firmy monitorujące media;
- biura rzeczników urzędów administracji publicznej, firm i przedsiębiorstw;
- działy promocji jednostek urzędowych administracji publicznej;
- działy reklamy, marketingu, public relations firm i przedsiębiorstw;
- instytucje kultury;
- think-thanki i organizacje trzeciego sektora;
- instytucje i pracownie badań społecznych
- inne instytucje po uzgodnieniu z Uczelnianym Opiekunem Praktyk.

**Profil działalności Instytucji przyjmującej na praktykę** powinien być zbieżny z kierunkiem studiów, w ramach którego realizowana jest praktyka oraz posiada infrastrukturę i zapewnia wyposażenie miejsca praktyk umożliwiające prawidłową jej realizację.

**Opiekun praktyk w Instytucji przyjmującej** powinien posiadać kilkuletnie doświadczenie zawodowe oraz kompetencje i kwalifikacje, w zakresie tworzenia, przetwarzania, formatowania lub dystrybuowania treści medialnych (tekstów, materiałów audialnych, wizualnych, audiowizualnych, multimedialnych). Zobowiązuje się także do realizacji opieki nad studentem/studentką podczas odbywania praktyki, wyznaczania zadań studentowi/studentce zgodnych „Programem i regulaminem praktyk” niezbędnych do osiągnięcia założonych efektów uczenia się na kierunku, potwierdzenia

wykonanych przez studenta/studentkę w trakcie praktyki czynności (wykazanych w Karcie przebiegu praktyk stanowiącej część Dziennika praktyk), dokonania weryfikacji osiągniętych przez studenta/studentkę efektów uczenia się (Ocena stopnia realizacji efektów uczenia się przez studenta/studentkę stanowiąca część Dziennika praktyk), przygotowania sprawozdania z przebiegu praktyki, zawierającego w szczególności potwierdzenie rozpoczęcia i zakończenia praktyki (w Karcie przebiegu praktyk stanowiącej część Dziennika praktyk) oraz sporządzenie raportu z weryfikacji efektów uczenia się studenta realizującego /studentki realizującej praktykę w Instytucji przyjmującej na praktykę, po zakończeniu praktyki przez studenta/studentkę Uniwersytetu Dolnośląskiego UW DSW we Wrocławiu oraz wypełnienia ankiety na temat przebiegu praktyk.

### 3. Czas trwania praktyk i miejsce ich odbywania

Studenci/studentki studiów **pierwszego stopnia** odbywają praktyki zgodnie z harmonogramem studiów:

| <b>Rok studiów, semestr</b> | <b>Czas trwania praktyki</b>                                       | <b>Uszczegółowienie</b>   | <b>Zakładane efekty uczenia się Student/ Studentka</b>  |
|-----------------------------|--|---|---|
| 1 rok<br>2 semestr          | 250 godzin dydaktycznych<br>187,5 godzin zegarowych<br>(6 tygodni) | <b>Kierunkowa Praktyka Zawodowa1:</b><br>Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne<br>Ewaluacja praktyk - 4 godziny dydaktyczne<br>Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 244 godziny dydaktyczne | <p><b>a) w zakresie wiedzy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- w sposób zaawansowany charakteryzuje techniki wykorzystywane w pracy specjalisty od komunikacji wizerunkowej lub twórcy mediów,</li> <li>- opisuje zadania instytucji przyjmującej na praktykę w aspekcie procesów komunikacyjnych,</li> <li>- wskazuje wybrane komunikaty medialne stosowane w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową,</li> </ul> <p><b>b) zakresie umiejętności:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wyszukuje informacje przydatne dla określonego projektu medialnego realizowanego w instytucji przyjmującej na praktykę z pomocą opiekuna,</li> <li>- dokonuje analizy kolejnych etapów realizacji wybranego projektu komunikacyjnego w kontekście praktyki w komunikacji wizerunkowej.</li> <li>- diagnozuje podstawowe różnice pomiędzy różnymi rodzajami komunikatów medialnych stosowanymi w praktyce komunikacji wizerunkowej.</li> <li>- podejmuje się zadań rozwijających umiejętności zawodowe oczekiwane od pracowników w instytucji przyjmującej na praktykę</li> </ul> <p><b>c) zakresie kompetencji społecznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wykazuje aktywną postawę w realizacji zadań podczas odbywania praktyki zawodowej</li> </ul> |
| 2 rok<br>3 semestr          | 230 godzin dydaktycznych<br>172,5 godzin zegarowych<br>(6 tygodni) | <b>Kierunkowa Praktyka Zawodowa2:</b><br>Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczne<br>Ewaluacja praktyk - 4 godziny dydaktyczne<br>Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 224 godziny dydaktyczne | <p><b>a) w zakresie wiedzy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawnie w sposób zaawansowany identyfikuje działania przy produkcji komunikatów medialnych w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową,</li> <li>- objaśnia sens działań oraz niezbędne narzędzia do realizacji projektów medialnych związanych z szeroko rozumianą komunikacją wizerunkową powstających w instytucji przyjmującej na praktykę,</li> </ul> <p><b>b) zakresie umiejętności:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- samodzielnie w sposób zaawansowany wyszukuje informacji na potrzeby projektu</li> </ul>   |

|                    |  |   |  |
|--------------------|--|---|--|
|                    |  |   | <p>medialnego lub związanego komunikacją wizerunkową,</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stosuje fachową terminologię przy opisie projektów medialnych wykorzystywanych w instytucji przyjmującej na praktykę zawodową,</li> <li>- planuje etapy realizacji projektu medialnego według stosowanych w instytucji przyjmującej zasad ze wsparciem opiekuna,</li> <li>- podejmuje się zaawansowanych zadań rozwijających kompetencje zawodowe oczekiwane od pracowników w instytucji przyjmującej na praktykę</li> </ul> <p><b>c) zakresie kompetencji społecznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- jest świadom znaczenia sposobu komunikowania się instytucji przyjmującej na praktykę zawodową,</li> <li>- przejawia kreatywność w realizacji zadań podczas odbywania praktyki zawodowej</li> </ul>   |
| 2 rok<br>4 semestr | 250 godzin dydaktycznych<br>187,5 godzin zegarowych<br>(6 tygodni) | <p><b>Specjalnościowa Praktyka Zawodowa1:</b></p> <p>Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczna<br/>Ewaluacja praktyk - 4 godziny dydaktyczne<br/>Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 244 godziny dydaktyczne</p> | <p><b>a) w zakresie wiedzy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- charakteryzuje typowe dla studiowanej specjalności projekty medialne i różnice między nimi,</li> <li>- wymienia podstawową terminologię z zakresu studiowanej specjalności,</li> <li>- opisuje zadania instytucji przyjmującej na praktykę w aspekcie procesów komunikacyjnych w obszarze studiowanej specjalności,</li> </ul> <p><b>b) zakresie umiejętności:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- korzysta z różnych źródeł wyszukując informacje przydatne do realizacji projektu medialnego typowego dla studiowanej specjalności,</li> <li>- wykonuje zleczone zadania będące częścią projektu medialnego,</li> <li>- samodzielnie podejmuje działania w zakresie realizacji projektu medialnego w instytucji przyjmującej na praktykę,</li> </ul> <p><b>c) zakresie kompetencji społecznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- wykazuje zaangażowanie w zespołach realizujących projekty medialne lub z zakresu komunikacji wizerunkowej w obszarze studiowanej specjalności respektując etyczne zasady współpracy,</li> </ul> |
| 3 rok<br>5 semestr | 230 godzin dydaktycznych<br>172,5 godzin zegarowych<br>(6 tygodni) | <p><b>Specjalnościowa Praktyka Zawodowa2:</b></p> <p>Wprowadzenie do praktyk - 2 godziny dydaktyczna<br/>Ewaluacja praktyk - 4 godziny dydaktyczne<br/>Praktyka w Instytucji Przyjmującej - 224 godziny dydaktyczne</p> | <p><b>a) w zakresie wiedzy:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- rozpoznaje w sposób zaawansowany cechy komunikatów medialnych stosowanych w przekazach instytucji przyjmującej na praktykę charakterystycznych dla studiowanej specjalności,</li> <li>- wskazuje potrzeby sprzętowe dla potrzeb realizacji projektów medialnych charakterystycznych dla danej specjalności,</li> </ul> <p><b>b) zakresie umiejętności:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- weryfikuje i selekcjonuje informacje będące materiałem do pracy nad projektem według merytorycznych kryteriów,</li> <li>- stosuje fachową terminologię z dziedziny studiowanej specjalności przy opisie procesów komunikacyjnych w wybranych mediach,</li> </ul>  |

|  |  |  |  |
|--|--|--|--|
|  |  |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>– potrafi zaplanować i współrealizować projekt medialny na wybrany temat w instytucji przyjmującej na praktykę,</li> <li>– samodzielnie wyszukuje informacji na potrzeby wybranego tematu projektu medialnego,</li> </ul> <p><b>c) zakresie kompetencji społecznych:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– wykazuje chęć do podejmowania wyzwań w tworzeniu nowych projektów medialnych typowych dla studiowanej specjalności z zachowaniem etyki zawodowej</li> </ul> |
|--|--|--|--|

#### 4. Treści kształcenia:

##### Wprowadzenie do praktyk:

- Omówienie dokumentacji praktyk: Procedura realizacji praktyk przez studentów studiów I stopnia komunikacji wizerunkowej, Program i regulamin praktyk na kierunku, Karta przedmiotu.
- Typy instytucji, w których można realizować poszczególne praktyki w poszczególnych semestrach.
- Cele i efekty uczenia się założone dla praktyk zawodowych realizowanych w poszczególnych semestrach.
- Zasady BHP oraz obowiązek ubezpieczenia w trakcie praktyk.
- Wymiar etyczny pracy podejmowanej w ramach praktyk zawodowych.

##### Praktyka w instytucji przyjmującej:

- Rozumienie podstaw prawnych i reguł rynkowych działalności instytucji przyjmującej na praktykę oraz jej strukturę organizacyjną, zasady zarządzania, organizację pracy wraz z zasadami BHP.
- Zaawansowana znajomość charakteru pracy w zespołach tworzących przekazy komunikacyjne w instytucji.
- Zaawansowana znajomość projektów realizowanych w instytucji i sposobów ich wykorzystania w komunikacji społecznej przez instytucję.
- Zaawansowana znajomość technologii stosowanej do tworzenia przekazów komunikacyjnych w instytucji oraz wykorzystywanych technik.
- Wyszukiwanie źródeł informacji i selekcja informacji na potrzeby realizacji projektów komunikacyjnych w instytucji.
- Zaawansowana znajomość wykorzystywania infrastruktury komunikacyjnej stosowanej w instytucji przyjmującej na praktykę (zaplecza sprzętowego, oprogramowania, kanałów komunikacyjnych).
- Wykonywanie zadań merytorycznych związanymi z kierunkiem studiów i efektami uczenia się wskazanymi w regulaminie praktyk.
- Udział w etapach realizacji projektu komunikacyjnego w instytucji.

##### Ewaluacja praktyk

- Omówienie z Uczelnianym Opiekunem Praktyk: charakteru, struktury organizacyjnej, zadań i zasad funkcjonowania instytucji przyjmującej, w której praktyka została zrealizowana, zakresu czynności wykonywanych przez pracowników zatrudnionych w danej instytucji przyjmującej na praktykę, stosowanych przez nich metod, form i narzędzi pracy, zadań realizowanych przez studenta w czasie odbywania praktyk.
- Weryfikacja zadań - celów i efektów praktyk założonych dla danej praktyki.
- Sprawdzenie *Dzienników praktyk, Wniosków o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/ podejmowania innych form działalności* i innej dokumentacji praktyk, w tym np. raportu czy portfolio przygotowanych podczas realizowanych praktyk zawodowych.

#### **5. Harmonogram odbywania praktyki:**

Harmonogram odbywania praktyki student/studentka ustala z Opiekunem Praktyki z ramienia Instytucji Przyjmującej na praktykę.

Indywidualny harmonogram zależy jest od godzin pracy instytucji, możliwości Opiekuna Praktyki oraz studenta/studentki.

#### **6. Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się:**

Potwierdzenie osiągnięcia efektów uczenia się odbywa się w *Dzienniku praktyk*, w którym studenci/studentki opisują zadania zrealizowane w Instytucji Przyjmującej na praktykę związane z wyżej wymienionymi efektami, a Opiekun Praktyki z ramienia danej Instytucji Przyjmującej na praktykę potwierdza je podpisem w *Dzienniku praktyk* oraz Uczelniany Opiekun Praktyk w *Dzienniku praktyk* oraz w USOSweb.

W przypadku zaliczania praktyki na podstawie umowy o pracę lub umów cywilnoprawnych, prowadzenie własnej działalności gospodarczej, podejmowania innych form działalności – staż, wolontariat, zaliczenia praktyki dokonuje Uczelniany Opiekun Praktyk na pisemny *Wniosek o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/ podejmowania innych form działalności*, w którym potwierdzone jest osiągnięcie efektów uczenia się przez bezpośredniego przełożonego studenta/studentki.

Do dokumentacji potwierdzającej osiągnięcie efektów uczenia się w formie Dzienniczka praktyk lub Wniosku o zaliczenie praktyki zawodowej na podstawie zaświadczenia o zatrudnieniu/prowadzeniu działalności gospodarczej/podejmowania innych form działalności powinno być załączone portfolio dokumentujące realizację zadań, pozwalających na weryfikację osiągniętych efektów uczenia się dla kierunku zakładanych dla praktyki zawodowej przez Uczelnianego opiekuna praktyk.

**7. Procedura realizacji praktyk przez studentów/studentki studiów I i II stopnia oraz jednolitych studiów magisterskich na kierunkach prowadzonych na Wydziale Studiów Stosowanych** określona jest w Zarządzeniu Dziekana Wydziału Studiów Stosowanych Uniwersytetu Dolnośląskiego DSW we Wrocławiu.