**GRAFIKA REKLAMOWA I MULTIMEDIA – STUDIA I STOPNIA**

**Program praktyk**

**Tematyka praktyk zawodowych:**

* poznanie typowych zadań związanych z realizacją różnego typu reklam
* poznanie funkcjonowania organizacji związanych z branżą reklamową, wydawniczą, multimedialną, interaktywną lub działów promocji w dużych i średnich firmach
* doskonalenie elementów własnego warsztatu, tak artystycznego, jak i związanego z marketingiem
* doskonalenie technik pozyskiwania informacji oraz innych materiałów potrzebnych w pracy projektowej
* poznanie wybranych procedur, systemów norm i reguł (prawnych, zawodowych, organizacyjnych, etycznych) odnoszących się do funkcjonowania w branży reklamy i multimediów
* Nabycie świadomości wpływu ciągłego rozwoju technologii na pracę w branży reklamy i multimediów,
* poznanie znaczenia efektywnej współpracy w zespole
* nabycie świadomości istnienia i umiejętności rozwiązywania wybranych problemów związanych
z zarządzaniem projektem lub marką
* przygotowanie do pracy w agencjach reklamowych, wydawnictwach, studiach projektowych, drukarniach, u producentów gier i aplikacji i w działach promocji różnych firm
* poznanie zasad funkcjonowania (struktura organizacyjna, funkcje, uprawnienia, cele działalności) podmiotów zajmujących się reklamą z uwzględnieniem specyfiki miejsca odbywanych praktyk
* zaznajomienie się z zagadnieniami specjalistycznymi, zależnie od miejsca odbywania praktyk, takimi jak zarządzanie projektem, komunikowanie się z zamawiającym projekt i z podwykonawcami, proces konstrukcji założeń projektu i jego realizacja, zbieranie i analiza danych, metodyka pracy kreatywnej itp.

**Jednostka organizująca praktykę może zawęzić lub rozszerzyć zakres przedmiotowy praktyki, jeśli taka potrzeba wynika ze specyfiki jednostki organizacyjnej lub efektywniej przyczyni się do osiągnięcia celów praktyki.**

**Miejsca praktyk zawodowych:**

agencje reklamowe, studia projektowe, wydawnictwa, drukarnie, producenci multimediów, gier i aplikacji, działy marketingów dużych i średnich firm.