

Dziennikarstwo i PR

Spotkanie informacyjne

piątek, 8 listopada 2019 r.

sala 327

godz. 10.00-10.30

dr Monika Grzelka

mgrzelka@amu.edu.pl

lub

w pokoju 303

piątek (8.11.2019) 10.30-11.30

środa (13.11.2019) 13.00-13.45

czwartek (14.11.2019) 12.45-13.30

Program

- charakter akademicko-praktyczny
 - rozszerzający się:
 - 1 semestr – 1 przedmiot
 - 2 semestr – 2 przedmioty
 - 3 semestr – 5 przedmiotów
 - 4 semestr – 6 przedmiotów

Wprowadzenie do nauki o mediach i PR (wykład z egzaminem)

Jak dobrze pisać (warsztat)
Autoprezentacja i wystąpienia publiczne (warsztat)

Pracownia dziennikarska (warsztat)
Techniki gromadzenia informacji (warsztat)
Strategie PR (konwersatorium)
Gatunki PR (konwersatorium)
Negocjacje (warsztat)

Dziennikarstwo specjalistyczne (konwersatorium)
Pragmatyka reklamy (konwersatorium)
Nowe media (konwersatorium)
Projekty kreatywne (warsztat)
Analiza dyskursu medialnego (warsztat)

Praktyki

100 godzin (w ciągu 2 lat)
w jednym miejscu lub podzielone
na PR i dziennikarstwo

- agencje PR
- agencje reklamowe
- redakcje medialne
- instytucje kultury
- działy promocji
- biura prasowe
- firmy i fundacje

Działania

- harmonijnie połączycie aktywności akademickie z wymaganiami rynku pracy
- zdobędziecie praktyczne umiejętności tworzenia tekstów dla starych i nowych mediów
 - będziecie kształcić swoją kreatywność
 - przygotujecie projekt PR, reklamowy, reporterski
- odświeżycie schematy komunikacyjne potrzebne w pracy w agencjach PR-owych i reklamowych, redakcjach, działach promocji
- będziecie uczestniczyć w warsztatach i treningach ekranowych, komentatorskich, prezenterkich, negocjacyjnych

Dodatkowe warsztaty i spotkania

- Kampania reklamowa. Od briefu do koncepcji kreatywnej
 - PR w sztabie wyborczym
 - Marketing 360 stopni

Realizowane projekty

- Kompetencje zawodowe w dziennikarstwie i PR
- Polonista na rynku pracy
- Czego się można nauczyć z poradników dobrego pisania?
 - Przekaz reklamowy (insight, slogan, storyboard)

Filary specjalności

- fundament: kompetencje polonistyczne
- kompetencje komunikacyjne, wiedza o
 - świecie i zarządzanie informacjami –
 - zbieżność dziennikarstwa i PR
 - możliwość konfrontacji z rynkiem
 - podczas studiowania

Ważne obszary

- warsztat pisarski
- umiejętność zarządzania informacjami
- formy komunikowania się w praktyce
 - kreowanie wizerunku
- sposoby docierania do odbiorcy
 - działania strategiczne

Współpraca

- ogólnopolskie i regionalne media
 - agencje reklamowe i kreatywne
 - poznańskie instytucje kulturalne
- cenimy sobie szczególnie kontakty z absolwentami, którzy chętnie przychodzą dzielić się swoimi doświadczeniami i zapraszają na praktyki