

Kierunek Język polski w komunikacji społecznej

Poziom studiów drugiego stopnia

Forma studiów stacjonarne

Wydział Polonistyki

Języki wykładowe polski

Liczba semestrów 4

Opis programu

Jedyny w Polsce interdyscyplinarny kierunek, który łączy nowoczesne kształcenie humanistyczne z zakresu wiedzy o kulturze, językoznawstwa, komunikacji interpersonalnej i publicznej z przedmiotami nauk społecznych – medioznawstwem, psychologią i elementami socjologii.

Program został opracowany w taki sposób, by połączyć wiedzę z kształceniem skutecznych umiejętności językowo-komunikacyjnych. Program studiów na kierunku Język polski w komunikacji społecznej łączy innowacyjne kształcenie humanistyczne z zakresu wiedzy o kulturze, literaturze, języku i komunikacji międzyludzkiej z elementami wiedzy i umiejętności z obszaru nauk społecznych – głównie medioznawstwa, podstaw psychologii i socjologii. Wśród form i metod prowadzenia zajęć uprzywilejowane zostają te, które umożliwiają uzyskanie praktycznych i specjalistycznych efektów kształcenia, zwłaszcza w zakresie umiejętności i kompetencji społecznych. Bogata oferta przedmiotowa umożliwi zdobycie szerokiej wiedzy w zakresie:

- kulturoznawstwa, językoznawstwa i literaturoznawstwa,
- teorii komunikacji,
- retoryki,
- badań międzykulturowych,
- psychologii,
- filozofii,
- nowych mediów.

W programie studiów II stopnia położono nacisk na kształcenie umiejętności, szczególnie w zakresie:

- komunikacji interpersonalnej, publicznej i międzykulturowej,
- umiejętności retorycznych – skuteczna perswazja i argumentacja,
- tworzenia skutecznych relacji interpersonalnych, umiejętności negocjacyjne i asertywne,
- strategii komunikacyjnych,
- tworzenia i edycji tekstów,
- umiejętności analitycznych w zakresie interpretacji zjawisk komunikacyjnych w nowych mediach.

Program studiów przewiduje 120-godzinne praktyki zawodowe w miejscach takich jak: urzędy państwowe i samorządowe, instytucje medialne i wydawnicze, ośrodki kultury i oświaty, działy reklamy, promocji i public relations w instytucjach państwowych i prywatnych firmach, działy zarządzania zasobami ludzkimi oraz szkolenia umiejętności komunikacyjnych w instytucjach państwowych i prywatnych firmach, instytucje zajmujące się współpracą międzynarodową. Ogólna suma punktów ECTS uzyskiwana w trakcie całych studiów: 120 punktów, z czego ponad 1/3 przyznawana jest za zajęcia wybieralne/fakultatywne, które student dopasowuje do własnych zainteresowań i ścieżki rozwoju naukowego.

Profil absolwenta

Absolwent: - posiada pogłębioną wiedzę i umiejętności z zakresu językoznawstwa, nauki o komunikowaniu, w tym komunikacji interpersonalnej, publicznej i międzykulturowej, - posiada szczegółową wiedzę i umiejętności z zakresu kulturoznawstwa, literaturoznawstwa, retoryki i stylistyki praktycznej, - posiada biegłą umiejętność wykorzystywania wiedzy z zakresu nauki o komunikowaniu, językoznawstwa, badań międzykulturowych i literaturoznawstwa w pracach badawczych i sytuacjach profesjonalnych, - posiada biegłą umiejętność tworzenia komunikatów poprawnych pragmatycznie i językowo oraz dopasowanych formalnie do sytuacji komunikacyjnej, w tym wystąpienia publicznego i kontaktów międzykulturowych, - dokonuje pogłębionej analizy i diagnozy zjawisk językowych, komunikacyjnych i międzykulturowych, - buduje asertywne i etyczne relacje interpersonalne, potrafi rozwiązywać sytuacje konfliktowe i negocjować, potrafi porozumiewać się, współdziałać i pracować w grupie, - rozumie znaczenie poprawnej i skutecznej komunikacji, w tym publicznej i międzykulturowej, dla budowania jakości życia społecznego i kulturowego.

Absolwent kierunku przygotowany będzie do pracy w nowego rodzaju instytucjach życia publicznego, wymagających znajomości zagadnień z zakresu komunikacji interpersonalnej, public relations, medioznawstwa, badań międzykulturowych:

- agencjach public relations (PR), firmach doradztwa personalnego,
- działach human resources (HR),
- firmach zajmujących się prowadzeniem szkoleń w zakresie strategii komunikacyjnych i negocjacyjnych w biznesie,
- mediach – prasa, radio, telewizja, serwisy internetowe, media społecznościowe,
- szkołach językowych,
- wydawnictwach – działy marketingu, reklamy i promocji,
- instytucjach zajmujących się współpracą międzynarodową,
- instytucjach kulturowych i oświatowych.

Absolwent może kontynuować kształcenie na innych studiach II stopnia w obszarze nauk humanistycznych i społecznych lub w szkołach doktorskich. Kształcenie językowe podczas studiów zapewnia znajomość języka obcego na poziomie B2+ (wg klasyfikacji Europejskiego Systemu Kształcenia Językowego).