**FILOLOGIA – STUDIA II STOPNIA**

**Program praktyk**

**Tematyka praktyk zawodowych:**

* praca z tekstem w języku angielskim (zgodnie ze specjalnością):
* Redagowanie i tworzenie tekstów, proof-reading
* Tworzenie materiałów informacyjnych, promocyjnych
* Opracowanie kampanii za granicą/w Polsce dla klienta zagranicznego
* Konsultacje językowe
* Prowadzenie korespondencji w języku kierunkowym
* Tłumaczenia  
  **Zakres ilościowy dla specjalności tłumaczeniowej realizowanej w formie pisemnej**

**160 godz. zegarowych praktyki = min. 108 000 znaków ze spacjami**

**480 godz. dydaktycznych (odpowiadających 360 godz. zegarowym) praktyki = min. 243 000 znaków ze spacjami**

* organizacja eventów, konferencji etc. międzynarodowych
* szkolenia z komunikacji międzynarodowej (udział w charakterze asystenta trenera)
* reklama
* impresariat/organizacja imprez.

**Praktykodawca może zaproponować obszary i zagadnienia, nie wymienione w powyższej liście, zgodne   
z charakterem i zakresem funkcjonowania Działu/Jednostki/Firmy, uwzględniając profil kształcenia Studenta/ki.**

**Miejsca praktyk zawodowych:**

1) ścieżka Tłumaczenia specjalistyczne:

* biura tłumaczeń
* kancelarie tłumacza przysięgłego
* obsługa wystaw, targów, spotkań biznesowych i konferencji międzynarodowych – tłumaczenia symultaniczne i konsekutywne
* instytucje kultury, instytucje państwowe, samorządy – tłumaczenie komunikatów, materiałów informacyjnych; tłumaczenia symultaniczne i konsekutywne
* inne miejsca praktyki wymagają akceptacji Biura Karier
* wydawnictwa

W ramach obowiązków zawodowych należy wykonywać tłumaczenia lub inną pracę związaną z użyciem języka angielskiego, z wyłączeniem nauczania języka angielskiego.

2) ścieżka Komunikacja międzykulturowa w biznesie

* redakcje gazet
* agencje reklamowe
* agencje public relations
* telewizja
* radio
* samorządy (biura współpracy zagranicznej)
* biura współpracy zagranicznej urzędów wojewódzkich
* administracja rządowa (np. MSZ, Kancelaria Premiera, UKIE, Ministerstwo Kultury i Dziedzictwa Narodowego, Instytut Adama Mickiewicza)
* instytucje kultury (muzea, instytuty, teatry, galerie, kino artystyczne)
* instytucje europejskie (tematyka związana z kulturą, mediami, zagadnienia polityczno – społeczne, promocja)
* instytucje w sektorze turystyczno-hotelarskim (tematyka związana z organizacją sympozjów, szkół letnich, konferencji, eventów o charakterze międzynarodowym)
* przedsiębiorstwa polskie współpracujące z firmami/klientami zagranicznymi
* przedstawicielstwa firm zagranicznych w Polsce
* biura podróży (rezydencja, promocja)
* biura organizacji imprez
* organizacje pozarządowe (stowarzyszenia, fundacje)