

Sylwetka absolwenta specjalności:

komunikacja wizerunkowo-mediacyjna

Absolwent ww. specjalności:

- (a) jest wysoko wykwalifikowanym specjalistą w zakresie międzynarodowej komunikacji wizerunkowej, w szczególności w zakresie znajomości teorii i modeli komunikacji oraz technik komunikacyjnych stosowanych w tworzeniu wizerunku w następujących wymiarach: indywidualny, grupowy, instytucjonalny, ekonomiczny, polityczny, etniczno-narodowy, regionalny, globalny, a więc w zależności od środowiska kulturowo-cywilizacyjno-językowo-komunikacyjnego, w którym przychodzi mu/jej funkcjonować.
- (b) posiada w szczególności umiejętności stosowania teorii wizerunku w szeroko pojętych środowiskach jako niszach komunikacyjnych (w tym zwłaszcza w niszy zawodowej) w obrębie angielskiego i rodzimego (rdzennego-polskiego) obszaru kulturowo-językowego oraz w głównych porządkach komunikacyjnych (ustnym, graficznym i mieszanym (hybrydowym)).
- (c) posiada odpowiednie przygotowanie teoretyczno-praktyczne do funkcjonowania w zakresie:
- komunikacji typu *public relations* (np. organizowanie i prowadzenie komunikacji wewnętrzzakładowej),
 - pracy administracyjnej (praca w urzędach i agendach europejskich, krajowych i regionalnych),
 - pracy edytorskiej w wydawnictwach krajowych lub zagranicznych,
 - doradztwa dotyczącego reklamy i promocji (np. reklama językowo-wizualna, wywiady (*interviews*)),
 - pracy w szeroko pojętych mass-mediach (zwłaszcza w wymiarze krajowym, regionalnym i lokalnym),
 - komunikacji o charakterze biznesowej plurijęzykowej (np. konsultant/koordynator w dziale sprzedaży bezpośredniej),
 - zarządzania zasobami ludzkimi i doskonalenia zasobów ludzkich w zakresie szeroko pojętych umiejętności komunikacyjnych,
 - poprawiania jakości życia, kultury i szeroko pojętej oświaty kraju, regionu i lokalnego habitatu.

Zakłada się ponadto, że absolwent tych studiów jest w szczególności przygotowany do tworzenia wizerunku w wymiarach podanych w pkt. (a) powyżej.