

# RETORYKA STOSOWANA

RETORYKA  
STOSOWANA = DOBRA  
KOMUNIKACJA

Retoryka to nie tylko umiejętność wygłaszania przemówień i porywających oracji. Współczesna retoryka to doradztwo zawodowe, mediacje, wystąpienia motywacyjne, to dobry PR, skuteczna reklama, ciekawe teksty dziennikarskie, interesujące blogi.

Umiejętności retoryczne pozwalają porywać tłumy i wygrywać spory, zażegnawać konflikty i przekonywać do swoich racji. Współczesny retor to skuteczny polityk, działacz samorządowy, rzecznik prasowy, negocjator, nietuzinkowy dziennikarz, copywriter, vloger.

**Jeśli chcesz połączyć  
polonistykę z dziennikarstwem,  
językoznawstwo z psychologią,  
wiedzę o kulturze z elementami socjologii  
– ta specjalność jest dla Ciebie!**



Uniwersytet Jagielloński

**W PROGRAMIE STUDIÓW II STOPNIA KŁADZIEMY NACISK  
na zdobywanie wiedzy i kształcenie umiejętności,  
szczególnie w zakresie:**

- językowych i kulturowych przemian we współczesnym świecie,
- rozwoju współczesnej humanistyki,
- komunikacji interpersonalnej, publicznej i międzykulturowej,
- umiejętności retorycznych – skuteczna perswazja i argumentacja,
- tworzenia skutecznych relacji interpersonalnych – kształcenie umiejętności negocjacyjnych,
- strategii komunikacyjnych,
- tworzenia i edycji tekstów,
- umiejętności analitycznych w zakresie interpretacji zjawisk komunikacyjnych w nowych mediach.

Program studiów przewiduje praktyki zawodowe (m.in. instytucje medialne i wydawnicze, ośrodki kultury i oświaty, działy reklamy, promocji i *public relations*, działy zarządzania zasobami ludzkimi, instytucje zajmujące się współpracą międzynarodową).


**ABSOLWENT KIERUNKU PRZYGOTOWANY BĘDZIE DO PRACY  
w nowego rodzaju instytucjach życia publicznego:**

- 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.

Treści kształcenia realizowane w formie wykładów, ćwiczeń, lektoratów i warsztatów.

**Więcej informacji:**

[www.polonistyka.uj.edu.pl](http://www.polonistyka.uj.edu.pl)

 @jezykpolskiwkomunikacjispolecznej